

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



49 2023
ЧАСТЬ IX

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 49 (496) / 2023

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олгинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахонов Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Култур-Бек Бекмурадович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен Эдгар Франк «Тед» Кодд (1923–2003), выдающийся математик-программист, разработчик идеи реляционной модели хранения данных.

Эдгар Франк Кодд появился на свет 23 августа 1923 года в Портленде (английского графства Дорсет) в многодетной семье.

Обладая незаурядными математическими способностями, Кодд сумел поступить в Оксфордский университет, в котором с увлечением изучал математику и химию, и успешно его окончить. А после получения степени бакалавра и магистра математики и химии даже служил пилотом в ВВС Великобритании (в период Второй мировой войны).

Но самые знаковые события в жизни Эдгара Кодда происходили с ним начиная с 1949 года, когда он переехал в США и приступил к работе математиком-программистом в IBM.

Там, в начале 50-х годов прошлого столетия, он принял участие в разработке Selective Sequence Electronic Calculator — первого лампового компьютера IBM, огромного технического монстра, занимающего два этажа нью-йоркского офиса в центре города.

Работа в IBM существенно повлияла и на личную жизнь Кодда, ведь именно там он познакомился со своей будущей супругой Шэрон, ставшей впоследствии не только матерью его четверых детей, но его верной соратницей и продолжательницей его идей.

И хоть в 1953 году Кодд вынужден был на десятилетие переехать в Канаду, в 1963 году он вернулся в Соединенные Штаты.

Получив в Мичиганском университете (магистратуру которого Эдгар Кодд окончил в качестве стипендиата от IBM) степень доктора по информатике и вычислительной технике, он уже через два года приступил к работе в исследовательской лаборатории IBM, расположенной в знаменитой Кремниевой долине.

Именно там нашла реализацию гениальная (и, однозначно, революционная) идея Кодда по созданию реляционной модели организации данных.

Чтобы в полной мере оценить важность и своевременность этой идеи, стоит немного погрузиться в атмосферу того времени.

Именно в это время произошел переход от громоздких первых ЭВМ к более располагающим к использованию в частном бизнесе. Возросла популярность и доступность компьютеров, начали создаваться языки и программы «под потребителя».

Ведение любого бизнеса обычно базируется на работе с определенным массивом данных. Компьютерная задача того времени заключалась в реализации двух моделей использования баз данных: иерархической и сетевой. В первом случае данные записывались в иерархическом порядке, от высшего уровня к низшему, часто представляя собой длинные и сложные цепочки.

Во втором — каждая категория записей одного уровня могла быть прописана в двух различных иерархиях высшего уровня. Но! Все используемые модели были настолько сложны, требуя максимально глубокого знания навигационных структур данных при написании поисковых запросов, что выполнение работы с ними было под силу лишь очень опытным, а значит дорогостоящим, программистам. А это, в свою очередь, становилось совершенно невыгодным самому бизнесу, на который, собственно, и ориентировались разработчики.

Поэтому в 60–70-х годах Эдгар Кодд развернул работу по созданию принципиально новой модели организации данных — реляционной, которая основывалась на возможности объединения несопоставимых групп данных с помощью общих полей. При этом обращение к данным осуществлялось посредством непроедурного языка. Просто и удобно!

Эту гениальную разработку Кодд описал в своей легендарной статье «Реляционная модель данных для больших, совместно используемых банков данных», увидевшей свет в 1970 году.

В 1973 году IBM в своей исследовательской лаборатории запустила новый проект System R, который был призван начать промышленную реализацию идеи реляционной СУБД, первым продуктом которого явилась SQL/DS, выпущенная в 1981 году. И это только начало! Впоследствии линейка семейства баз данных DB2 стала считаться одним из наиболее удачных программных продуктов корпорации IBM. Однако сам автор реляционной модели считал язык SQL недостаточным для полной реализации своей теории.

Продолжая работу над ее развитием, в 1985 году Кодд предложил свои знаменитые двенадцать правил, в которых подробно определил собственное видение оптимального содержания реляционной СУБД.

Из-за нежелания IBM отказываться от SQL Эдгар Кодд покинул корпорацию для создания совместно со своим единомышленником и другом Кристофером Дейтом собственной консультационной компании, в которой продолжил развивать свои идеи.

Кодду принадлежит и термин OLAP, связанный с ускорением выполнения БД, а также сформулированные в 1993 году двенадцать принципов аналитической обработки БД. Исследованиями и практическим моделированием данных ученый занимался до самой своей кончины, внезапно настигнувшей его в 2003 году, когда ему было 79 лет.

В 1976 году Эдгар Кодд был удостоен почетного звания «Человек IBM», в 1981-м — престижной премии Тьюринга. В 2002 году его реляционная модель данных была включена в список наиважнейших инноваций за последние 85 лет по версии авторитетного журнала «Форбс».

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Тарасов М. Н.**
Цели управления муниципальной
собственностью 601
- Трубачёва А. А.**
Структура субсидий в российских регионах.... 603
- Хорошилова Е. В.**
Нематериальные активы как объект
бухгалтерского учёта: сравнительный анализ
положений РСБУ и МСФО 605
- Юдин Д. В.**
Взаимоотношения федерального центра
и Республики Татарстан в 1990-е годы 607

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

- Аннамурадова А. М., Мурадова А. О.,
Аннаев А. Г., Ходжагулыев Д. Г.**
Способы ускорения бизнеса 610
- Аннамурадова А. М., Мурадова А. О.,
Байрамдурдыев А. Д., Агалыев И. И.**
Эволюция концепции маркетинга 611
- Бердиева О. Г., Мурадова А. О.,
Худайбердиева Н. А., Нурыева А. О.**
Важность эффективной маркетинговой
стратегии 613
- Гасанова К. Ш., Евенеева Ж. Ж., Усачева А. В.,
Нугмидин А. Д.**
Анализ рынка и тенденций в производстве
и продаже вязаных сумок: стратегии маркетинга,
потребительские предпочтения и перспективы
развития бизнеса 614
- Копаева Э. И.**
Развитие креативных кластеров как фактор
стимулирования событийного туризма в регионе
(на примере Республики Татарстан) 620

- Сойунова Б. Б., Шамурадова Д. Ш.,
Йегенмурадова Г. Х.**
Маркетинг в социальных сетях для бизнеса 627

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

- Менхузина Е. А.**
Методы расчета и хранения технологических
параметров модели выращивания
в свиноводческих хозяйствах 630
- Таирова Э. М.**
Оценка развития отрасли растениеводства
в Пермском крае 633

СОЦИОЛОГИЯ

- Джиоев Б. А.**
Анализ проблемы сексизма в Японии..... 637

ПСИХОЛОГИЯ

- Байдикова Е. А., Касторных Е. А.**
Особенности детско-родительских отношений
в семьях, воспитывающих детей дошкольного
возраста, как фактор психологического
благополучия..... 640
- Голова Н. С.**
Личностные особенности осужденных к лишению
свободы женщин с детьми 642
- Гурьева О. А., Тертова А. А.**
Связь уровня эмпатии личности и стратегий
поведения в конфликте..... 645
- Ковалева Е. В.**
Особенности эмоционального выгорания
у медицинских работников 646
- Кожарина Ю. А.**
Основные процессы социальной адаптации детей
в период дошкольного возраста 650

Маркевич А. А. Развитие эмоционального интеллекта у детей младшего школьного возраста с ментальными нарушениями.....	652	Токмакова Н. Н. Взаимосвязь личностных особенностей студентов с ведущими стратегиями поведения в конфликте	667
Матвеева Е. П. Восприятие счастья у лиц с разными уровнями осмысленности жизни	659	Чурсина Е. А. Психологическое сопровождение субъектов образовательной среды как условие оптимизации межличностных отношений	671
Матвеева Е. П. Социальный, духовный и материальный компоненты в представлениях о счастье у лиц с разными ценностными ориентациями	662	Юдина Д. М. Особенности взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях.....	673
Новикова П. А., Ямщикова А. В. Сказкотерапия как метод профилактики тревожности младших школьников	663	ПРОЧЕЕ	
Рябкова А. А. Психологические особенности общения студентов с разным уровнем социального интеллекта	665	Конькова К. С. Товарные нефтепродукты как объект пожарно-технической экспертизы	676
		Конькова К. С. Совершенствование диагностики товарных нефтепродуктов спектральными методами в целях пожарно-технической экспертизы.....	679

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Цели управления муниципальной собственностью

Тарасов Максим Николаевич, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье сформулированы основные цели управления муниципальной собственностью. Раскрыто понятие «муниципальная собственность» в трех аспектах: практическом, юридическом и экономическом. Определены две основные цели управления муниципальным имуществом: финансово-экономические и социально-культурные (некоммерческие).

Ключевые слова: муниципальная собственность, собственность муниципальных образований, социально-экономическое развитие муниципального образования, объекты муниципальной собственности

Муниципальная собственность — это объект общественной собственности, основным выражением которой является формирование определенной величины имущества и в конечном итоге рост экономического благополучия муниципального образования. Имущество на местном уровне является ресурсом, который, в свою очередь, рассматривается в качестве объекта управления органов местного самоуправления.

Муниципальное имущество способствует поддержанию жизнедеятельности населения, развитию территории, предоставлению муниципальных и государственных услуг (в жилье, пище, воде, образовании, досуге), развитию системы жизнеобеспечения населения.

Эффективное управление муниципальным имуществом создает возможности для социально-экономического развития муниципального образования и решения ключевых проблем жизнеобеспечения населения, способствует решению социальных задач и созданию комфортной жизни на территории муниципального образования.

Конституция РФ, принятая в 1993 году, закрепила наличие муниципальной собственности и ее равноправие с другими формами собственности, а также наделила органы местного самоуправления правом на самостоятельное управление этой собственностью [1]. Развитая система местного самоуправления, способная самостоятельно решать экономические, финансовые, социальные и другие вопросы на уровне своей территории, составляет основу преобразований хозяйственной жизни местного сообщества, формирования рыночной экономики, а также развития демократического общества в целом. Находящееся в муниципальной собственности имущество является одним из трёх элементов экономической основы местного самоуправления наряду со средствами

местных бюджетов, а также имущественными правами муниципальных образований.

Главное отличие данной формы собственности от частной заключается в том, что объекты муниципальной собственности имеют целевое назначение и направлены на устранение социальных вопросов и проблем соответствующего муниципального образования. Отсутствие качественных инициатив со стороны органов местного самоуправления не позволяет получить в полной мере преимущества в использовании собственности муниципального образования для удовлетворения потребностей местных жителей.

Следует отметить, что понятие «муниципальная собственность» можно рассматривать в трех значениях: практическом, правовом и экономическом.

Практическое значение: собственность муниципальных образований на имущество, которое используется для потребностей жителей соответствующего муниципального образования и управляется местными органами власти [2].

Юридическое значение: вещное право на определенную вещь или их совокупность, которое включает правомочия относительно владения, пользования и распоряжения [3].

Экономическое значение: совокупность отношений в системе «имущественный комплекс» — субъект хозяйственной деятельности» [4].

Основная цель местного самоуправления, занимающегося управлением муниципальной собственностью, заключается в повышении благосостояния и качества жизни населения, обеспечении комфортных условий для проживания. Для достижения этой цели муниципальные органы ставят перед собой две основные задачи: финансово-экономические и социально-культурные (некоммерческие).

Для достижения различных целей, таких как улучшение качества жизни жителей, развитие инфраструктуры и привлечение инвестиций, необходимо классифицировать инновационные и инвестиционные цели вместе с традиционными. Это позволит определить наиболее эффективные способы реализации каждой из них (таблица 1).

Таблица 1. Классификация целей управления муниципальной собственностью

Сфера	Цели	Характеристика
Финансово-экономическая	Финансовые	— создание более стабильной и надежной доходной части муниципального бюджета за счет увеличения доли налогов на муниципальную собственность; получение средств для финансирования муниципальной инфраструктуры
	Экономические	— стимулирование экономического развития путем снижения налоговой нагрузки на владельцев недвижимости; предоставление льгот по налогу на имущество при проектировании и строительстве конкретных объектов недвижимости; стимулирование инвестиций в муниципальную экономику
	Политические	— укрепление основ муниципального самоуправления посредством системы управления муниципальной собственностью
	Городское планирование	— совершенствование планирования землепользования и муниципального развития; поощрение эффективного использования муниципальных земель и развитие рынка недвижимости
	Девелопмент	— создание объектов муниципальной собственности и управление ими в интересах жителей
	Юридические и административные	— совершенствование учета муниципального имущества; создание информационной базы для регистрации прав собственности
Инновации и инвестиции	Инновационные	— внедрение инновационных технологий, товаров, работ, услуг; развитие муниципального хозяйства, создание новых рабочих мест
	Экологичность	— создание благоприятных условий окружающей среды для жителей
Социальные и культурные	Социальные	— создание благоприятной социальной среды; справедливое распределение налоговой нагрузки

Представленное в таблице разделение целей управления муниципальной собственностью направлено на то, чтобы местные органы власти осуществляли выбор верных форм собственности, могли принимать решения в исследуемой согласно поставленным муниципальным целям.

В научной литературе обозначаются важные задачи, направленные на [4]:

— улучшение социально-экономического развития муниципального образования;

— внедрение новых технологий в управление муниципальной собственностью.

Некоторые задачи могут иметь одинаковые объекты управления, но у каждой из них будет свой собственный объект муниципальной собственности. Это означает, что даже если задачи имеют схожие компоненты управления, каждая из них будет относиться к отдельному объекту, принадлежащему городскому управлению.

Особенность муниципальной собственности состоит в том, что она служит эффективным инновационным ин-

струментом развития территории муниципального образования.

Использование муниципальной собственности должно способствовать стратегическим социальным целям и приоритетам инновационного развития муниципального образования, обеспечивая создание современной инфраструктуры, развитие образования, культуры и спорта, поддержку предпринимательства, а также улучшение качества жизни жителей и формирование комфортной и благополучной среды для проживания и развития каждого человека.

Особенность муниципальной собственности иногда выражается в возможности ее использования для получения прибыли, поскольку она является важной составляющей социально-экономического потенциала муниципального образования. Прибыльное муниципальное имущество должно использоваться для финансирования некоммерческого муниципального имущества с социальной направленностью.

Объекты муниципальной собственности обеспечивают производство общественных товаров и услуг, ориентированных, прежде всего, на социальную составляющую территории. Налицо прямое свидетельство одной из особенностей муниципальной собственности — ее социальной направленности. Это основано на главной задаче комплексного социально-экономического прогресса муниципального образования, предусматрива-

ющей гарантирование качества жизни населения муниципального образования, отвечающего социальным требованиям общества. Таким образом, данная особенность приводит к необходимости использования муниципальной собственности в соответствии со стратегическими социальными целями и приоритетами инновационного развития муниципального образования.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации. Новая редакция со всеми изменениями и основными федеральными законами на 2023 год. — Москва: Эксмо, 2023. — 320 с.
2. Государственное и муниципальное управление: учебник/под ред. проф. Н. И. Захарова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 289 с.
3. Чашин, А. Н. Муниципальное право: учебное пособие/А. Н. Чашин. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 209 с.
4. Орешин, В. П. Государственное и муниципальное управление: учебное пособие/В. П. Орешин. — 2-е изд. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. — с. 26

Структура субсидий в российских регионах

Трубачёва Алина Алексеевна, студент

Научный руководитель: Васильева Ольга Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент
Дальневосточный государственный аграрный университет (г. Благовещенск)

В статье автор исследует структуру и причины распределения субсидий по регионам Российской Федерации.

Ключевые слова: региональные субсидии, государственная поддержка, сельское хозяйство.

Сельское хозяйство играет важную роль в экономике России, обеспечивая продовольственную безопасность и содействуя развитию сельских территорий. Для поддержки аграрного сектора правительство предоставляет субсидии, которые помогают региональным производителям повышать эффективность производства и конкурентоспособность на рынке.

Однако, несмотря на значимость данной меры поддержки, в последние годы наблюдаются некоторые дисбалансы в распределении сельскохозяйственных субсидий между российскими регионами. Некоторые из них получают значительно больше финансовой помощи, чем другие, что может оказывать отрицательное влияние на развитие аграрного сектора в целом. В связи с этим возникает необходимость более глубокого анализа и изучения региональной структуры распределения сельскохозяйственных субсидий для выработки более равноправных и эффективных механизмов поддержки сельского хозяйства в российских регионах. В данной статье будут рассмотрены основные причины дисбаланса в распределении субсидий, а также предложены возможные пути его устранения для достижения более равномерного и устойчивого развития аграрного сектора России.

Анализ текущего состояния и распределения сельскохозяйственных субсидий по российским регионам по-

зволяет получить важные данные о развитии аграрного сектора страны. Данные анализа помогают определить эффективность использования государственных средств, а также выявить проблемные зоны и потенциальные направления для улучшения системы поддержки.

Одним из ключевых показателей при анализе распределения сельскохозяйственных субсидий является объем финансирования каждого региона. При этом наблюдаются значительные различия между отдельными регионами России. Некоторые регионы получают значительную долю от общего объема субсидий, в то время как другие оказываются недостаточно финансово поддержанными. [1]

Также важно проанализировать структуру распределения сельскохозяйственных субсидий по отраслям. Некоторые регионы могут быть более специализированы на определенной продукции, и, следовательно, получать больше поддержки в этой отрасли. Однако такая структура может привести к неравномерному развитию сельскохозяйственного сектора и недостаточной диверсификации.

Кроме того, необходимо учитывать географический фактор при анализе распределения сельскохозяйственных субсидий. Регионы с трудными климатическими условиями и удаленностью от центральных рынков могут тре-

бовать большего финансирования для обеспечения устойчивости аграрного производства

Факторы, влияющие на региональную структуру сельскохозяйственных субсидий в России, являются ключевыми при определении распределения государственной поддержки между различными регионами страны. Одним из таких факторов является аграрный потенциал региона, который включает в себя площадь земельных угодий, доступность и качество почвы, климатические условия и другие характеристики. [2]

Другим фактором является доля сельскохозяйственного производства в общей экономике региона. Регионы, где сельское хозяйство играет значительную роль, обычно получают больше субсидий от государства для поддержки своего развития. Это связано с тем, что развитие аграрного сектора способствует улучшению жизни населения и привлечению инвестиций.

Также важным фактором является социально-экономическая ситуация в регионе. Регионы с низким уровнем доходов населения и высокой безработицей обычно получают больше сельскохозяйственных субсидий, чтобы стимулировать экономическое развитие и улучшить социальное положение населения. [3]

Политические факторы также оказывают влияние на региональную структуру сельскохозяйственных субсидий. Регионы, где проживает большое количество избирателей, могут получать больше государственной поддержки с целью повышения популярности властей и сохранения политической стабильности.

Неравномерное распределение сельскохозяйственных субсидий по регионам России имеет свои последствия, которые оказывают влияние на развитие аграрного сектора и экономику страны в целом. Во-первых, такое неравномерное распределение приводит к усилению социально-экономического неравенства между регионами. Различия в размере и доступности субсидий могут привести к неправильной аллокации ресурсов и низкой эффективности производства в отдельных регионах. Как следствие, перспективные для развития аграрного сектора регионы оказываются лишены необходимых фи-

нансовых возможностей для модернизации и улучшения инфраструктуры.

Во-вторых, неравномерное распределение сельскохозяйственных субсидий может привести к дисбалансу в развитии отдельных отраслей сельского хозяйства. Например, если один регион получает значительное количество средств на поддержку животноводства, а другой — на развитие растениеводства, это может привести к нерациональному использованию сельскохозяйственных земель и дезорганизации взаимосвязи между разными отраслями аграрного сектора.

Неравномерное распределение сельскохозяйственных субсидий также может оказывать негативное влияние на конкурентоспособность регионов. [4]

Для оптимизации региональной структуры сельскохозяйственных субсидий в России необходимо учесть не только потребности и особенности каждого региона, но и стратегические цели развития сельского хозяйства на федеральном уровне.

Предлагается следующий набор рекомендаций для достижения более эффективного распределения субсидий:

Анализ потребностей регионов: провести комплексное и детальное исследование потребностей каждого региона в соответствии с его природно-климатическими условиями, специализацией в отраслях сельского хозяйства, трудовыми ресурсами и другими факторами.

Формирование приоритетных направлений развития: определить стратегически важные отрасли и виды продукции для каждого региона, учитывая его конкурентные преимущества и потенциал.

Учет инноваций: предусмотреть механизмы поддержки инновационных проектов в аграрном секторе, что позволит повысить эффективность использования субсидий и стимулировать развитие сельского хозяйства в целом.

Финансовая поддержка малых производителей: уделить особое внимание малым и средним аграрным предприятиям, которые играют значительную роль в развитии регионального сельского хозяйства, но часто испытывают финансовые трудности.

Литература:

1. Национальный доклад «О ходе и результатах реализации в 2022 году государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. — Текст: электронный // МСХ: [сайт]. — URL: <https://mcx.gov.ru/upload/iblock/ef0/rbsqtwxsx9le16np8ifivhw317mat1cr5.pdf> (дата обращения: 07.12.2023).
2. Савченко, Т.В. Аграрный потенциал сельских территорий: сущность и факторы формирования/Т.В. Савченко, Ю.А. Просяникова. // Научные ведомости. — 2014. — № 31/1. — с. 66-70.
3. Факторы размещения сельского хозяйства. — Текст: электронный // Мylektsii: [сайт]. — URL: <https://mylektsii.ru/3-115579.html> (дата обращения: 07.12.2023).
4. Распределение средств господдержки в сельском хозяйстве. — Текст: электронный // ИКСИ: [сайт]. — URL: <https://icss.ru/otrasli-i-ryinki/agropromyishlennyij-sektor/raspredelenie-sredstv-gospodderzhki-v-selskom-khozyaystve> (дата обращения: 07.12.2023).

Нематериальные активы как объект бухгалтерского учёта: сравнительный анализ положений РСБУ и МСФО

Хорошилова Екатерина Вячеславовна, студент

Научный руководитель: Плотникова Олеся Владимировна, доктор экономических наук, профессор
Новосибирский государственный университет экономики и управления

В статье приводится сравнительный анализ учёта нематериальных активов по РСБУ и МСФО.

Ключевые слова: нематериальные активы, МСФО, РСБУ, сравнение учёта.

В настоящее время учёт в некоторых организациях ведётся параллельно по двум нормативным стандартам: международным (МСФО) и российским (РСБУ). Данная ситуация способствует возникновению путаницы как для руководства, так и для инвесторов. В связи с данной тенденцией возникает естественная потребность сравнить ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов», ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы» и МСФО 38 «Нематериальные активы».

В отличие от ПБУ 14/2007 и ФСБУ 14/2022, в котором прописываются только критерии принятия актива к нематериальным, МСФО 38 даёт конкретное определение НМА (Нематериальный актив — идентифицируемый немонетарный актив, не имеющий физической формы) [1]. Для признания объекта в качестве нематериального актива необходимо, чтобы данный объект соответствовал определению НМА, а также отвечал критериям признания (таблица 1).

Таблица 1. Критерии признания НМА

МСФО 38	ПБУ 14/2007	ФСБУ 14/2022
Соответствие определению нематериального актива	Отсутствие у объекта материально-вещественной формы	Отсутствие материально-вещественной формы
Отвечал критериям признания:	Способен приносить организации экономические выгоды в будущем в частности, объект предназначен для использования в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации либо для использования в деятельности, направленной на достижение целей создания некоммерческой организации	Способен приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем (обеспечить достижение некоммерческой организацией целей, ради которых она создана), на получение которых организация имеет право...
Наличие будущих экономических выгод	Организация имеет право на получение экономических выгод, которые данный объект способен приносить в будущем	
Идентифицируемость	Возможность выделения или отделения (идентификации) объекта от других активов	Может быть выделен (идентифицирован) из других активов или отделен от них
Контроль над ресурсом	Объект предназначен для использования в течение длительного времени, т. е. срока полезного использования, продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев	Предназначен для использования организацией в течение периода более 12 месяцев или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев
Первоначальная стоимость данного актива может быть надежно оценена	Организацией не предполагается продажа объекта в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев	
Нематериальный актив должен признаваться, если себестоимость актива поддается надежной оценке	Фактическая (первоначальная) стоимость объекта может быть достоверно определена	

Из стандарта ФСБУ 14/2022 убрали два признака НМА: о достоверности первоначальной стоимости и актив не предназначен для продажи. Но, по сути, ничего не меняется. В новом стандарте прямо сказано,

что на имущество для продажи он не распространяется [2, п. 8].

Объекты, которые могут быть признаны в качестве НМА по российскому и международному стандарту, приведены в таблице 2.

Таблица 2. Объекты НМА

МСФО 38	ПБУ 14/2007	ФСБУ 14/2022
Исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель		Результаты интеллектуальной деятельности
Исключительное право на программы ЭВМ, базы данных		
Имущественное право автора или иного правообладателя на технологии интегральных микросхем (программное обеспечение)		
Бренды и торговые марки— если созданы вне компании	Исключительное право на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товара (в ФСБУ 14 — за исключением созданных собственными силами организации)	Средства индивидуализации юридического лица, товаров, работ, услуг и предприятий (фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, др.), за исключением созданных собственными силами организации
Авторские права, патенты и другие права на промышленную собственность	Исключительное право патентообладателя на специальные достижения	
Гудвилл — если создан вне компании	Деловая репутация организации	Гудвилл — если создан вне компании
Незавершенные НМА		
Лицензии, франшизы, проекты и макеты		Разрешения (лицензии) на осуществление отдельных видов деятельности

Деловая репутация не является НМА в МСФО 38 и ФСБУ 14/2022, как это было ранее в соответствии с ПБУ 14/2007. Вместо нее теперь появилось понятие — гудвилл. Особенности такого актива установлены МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнесов». Гудвилл в международных стандартах не является НМА. Он может быть только выделенным в балансе отдельной статьей в случаях, когда организация была приобретена или при объединении бизнеса [1].

В состав нематериальных активов будет включаться неисключительные права и лицензии [2, п. 4, 6]. ПБУ 14/2007 этого не разрешало. А вот фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, которые создала сама компания, к НМА больше относиться не будут. Раньше этот вопрос вообще не регулировался.

Первоначальная оценка при признании НМА примерно совпадает. В соответствии с отечественным стандартом, нематериальные активы признаются на балансе по первоначальной стоимости (в ФСБУ 14/2022, в отличие от ПБУ 14/2007, не описывает как формируется первоначальная стоимость), а в соответствии с международным — по себестоимости.

В МСФО 38 рассмотрены следующие способы приобретения: отдельная покупка; приобретение в процессе

объединения компаний; приобретение посредством правительственного гранта; создание нематериальных активов [1]. По ПБУ 14/2007 имеется следующие четыре способа: приобретение/создание; внесение в уставный капитал; безвозмездное поступление; в обмен на другое имущество [3].

МСФО 38 рассмотрен способ безвозмездного получения НМА посредством правительственного гранта. В нём предлагается оценивать НМА двумя способами: по справедливой стоимости с одновременным признанием субсидии или по номинальной стоимости. В международном стандарте не раскрыт тот случай, когда дарителем является другая компания [1].

Новым ФСБУ 14/2022 теперь вводится требование обязательно проверять НМА на обесценение, хотя раньше эта процедура проводилась по усмотрению организации. Право выбора останется лишь у организаций по упрощённой системе бухгалтерского учёта [2, п. 3]. Остальным придётся руководствоваться положением МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов».

Следует отметить, что методы начисления амортизации, отражённые в отечественном стандарте, совпадают с МСФО (IAS) 38. Однако способ определения стоимости, которая впоследствии будет амортизироваться,

отличается в одном из исследуемых стандартов. В соответствии с МСФО амортизируемая стоимость объекта НМА равна первоначальной или восстановительной стоимости объекта за вычетом его ликвидационной стоимости. В российском учёте понятие ликвидационной стоимости вводит только ФСБУ 14/2022 (величина, которую организация получила бы в случае выбытия данного объекта после вычета предполагаемых затрат на выбытие), а в ПБУ 14/2007, напротив, отсутствует и соответственно амортизируемая стоимость всегда равна первоначальной или восстановительной.

Литература:

1. «Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (ред. от 14.12.2020) [Электронный ресурс]. — Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (Дата обращения: 05.12.2023).
2. Приказ Минфина России от 30.05.2022 N 86н [Электронный ресурс]. — Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (Дата обращения: 05.12.2023).
3. Приказ Минфина России от 27.12.2007 N 153н (ред. от 16.05.2016) [Электронный ресурс]. — Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (Дата обращения: 05.12.2023).

В соответствии с п. 34 ПБУ 14/2007 списанию с учёта подлежит стоимость нематериальных активов, которые выбывают или не способны приносить организации экономические выгоды в будущем [3]. Однако МСФО (IAS) 38 предусматривает только разницы между поступлениями от выбытия и балансовой стоимостью нематериальных активов [1]. ФСБУ 14/2022 в плане похож на международный стандарт, но расписывает этот пункт так: «Разница между суммой балансовой стоимости списываемого объекта нематериальных активов и затрат на его выбытие, с одной стороны, и поступлениями от выбытия этого объекта» [2].

Взаимоотношения федерального центра и Республики Татарстан в 1990-е годы

Юдин Денис Владиславович, студент магистратуры
Казанский (Приволжский) федеральный университет

В статье автор анализирует события, связанные с взаимоотношениями федерального центра и Республики Татарстан в 1990-е годы, формулируя модель управления в условиях распада государства, отделения субъектов.

Ключевые слова: суверенитет, парад суверенитетов, разграничение предметов ведения, делегирование полномочий, реинтеграция.

Тема исследования актуальна возможностью изучения примера ряда взаимосвязанных процессов, характеризующихся слабыми институтами власти, разрушением государственности, зачатками сепаратизма, вооруженного конфликта. При интерпретации отдельных событий появляется возможность выделить ряд важнейших ошибок. На основе рассматриваемых событий представляется возможной формулировка одной из возможных моделей взаимоотношений между различными уровнями власти в условиях роста сепаратизма, ведущего к распаду государственности, вооруженному конфликту. Такая модель может быть в значительной степени доработана на основе исследования похожих событий и применяться на международном уровне. Особенно такая модель представляет интерес на фоне происходящих военных конфликтов. В общем формате модель включает систему действий, коммуникаций вышестоящих органов власти, позволяющих выработать взвешенный подход в условиях роста сепаратизма к противоборствующей стороне на первых этапах распада региональной структуры государства. На следующих этапах модель включает систему коммуникаций, взаимоотношений, позволяющих реинтегрировать вы-

ходящую из под государственного контроля территорию. Следует отметить, что результатом применения модели является сохранение целостности страны.

В целях выявления особенностей модели взаимоотношений между различными уровнями власти при росте сепаратизма предлагается рассмотреть взаимодействие центральной власти и региона на примере Республики Татарстан за период 1990-х годов. Предпосылки происходящих процессов были заложены в период распада СССР. Ослабление государственных институтов СССР в период 1988-1991 годов стало катализатором процессов распада. В период распада СССР начинается разрушение коммунистической идеологии и объединяющего социализма, к которому стремилось десятилетиями единое государство. Фактически происходит одномоментный крах существовавших ранее объединяющих ценностей, единого миропонимания, общих целей строительства идеального государства. В таких условиях многие народы СССР видят свое будущее в самоопределении, независимости от ранее существовавшей централизованной власти. Народы, составлявшие территориальное пространство СССР, пожелали самостоятельно принимать стратегические решения,

выстраивать свою государственность, обвиняя в проблемах застоя социально-экономической сферы неэффективное управление советской власти [7, с. 826-827].

Наравне с ухудшением системы высшего государственного управления, характеризующимся нерешительностью, отсутствием информированности о проблемах в советской стране, все больше начинает проявляться либерализация взаимоотношений между властью и регионами на фоне перестройки. Либеральный подход становится своего рода реакцией высшей системы управления на негативные тенденции при отсутствии понимания как исправить ситуацию. Именно на основании таких позиций 6 августа 1990 года в Уфе, а затем 8 августа 1990 года в Казани Б. Н. Ельцин, будучи главой Верховного Совета РСФСР, произносит фразу, ставшую, по сути, сигналом к действиям: «Берите столько суверенитета, сколько сможете проглотить» [5, с. 24]. Сама фраза была скорее сказана из побуждений повышения рейтинга среди потенциальных избирателей без мысли о том, что могут действительно начаться серьезные деструктивные процессы. Однако местные элиты восприняли такое обращение как возможность приобретения независимости от центрального управления. Темпы изменений возрастали с каждым годом. Местные элиты, пользуясь такой возможностью, старались как можно скорее развить все признаки независимого государства. Начинается «парад суверенитетов» 1988-1991 годов. Одной из советских республик, пожелавшей стать суверенным государством, является ТАСССР [6, с. 97-98].

Уже 30 августа 1990 года Верховный Совет ТАСССР принял Декларацию о государственном суверенитете Татарской ССР. Это стало важнейшим событием, отделявшим ТАСССР от единства с РСФСР. В Декларации следует особо выделить следующие аспекты: Верховный Совет Татарской Автономной Советской Социалистической Республики, стремясь создать демократическое правовое государство, провозглашает государственный суверенитет Татари и преобразует ее в Татарскую Советскую Социалистическую Республику — Республику Татарстан; конституция и законы Татарской ССР обладают верховенством на всей территории Татарской ССР [1]. Фактически Татарстан исключает из своего правового поля законодательство СССР и РСФСР. Устанавливается цель создания отдельного государства.

Процессы правового, государственного отделения ТАСССР от СССР и РСФСР привлекают внимание центральных властных структур. РСФСР стремится сохранить Республику Татарстан в своем составе на фоне того, как СССР предоставляет возможность получения суверенитета союзным республикам и автономиям. РСФСР прикладывает усилия в целях договориться с руководством Татарстана о взаимовыгодном выстраивании отношений, формировании суверенитета в рамках одного государства. 12 августа 1991 года в Москве встречаются делегации от РСФСР и Республики Татарстан. Предметом обсуждения стала возможность выстраивания договорных

отношений с Татарстаном, сохранения им статуса субъекта РСФСР. 15 августа переговоры завершились. Результатом переговоров стало установление договорного принципа выстраивания отношений Татарстана с центральной властью.

Распад СССР, образование Российской Федерации, СНГ создали неопределенность в статусе Республики Татарстан. 26 декабря 1991 года принимается Декларация о вхождении Татарстана в СНГ на правах учредителя [2]. Власти Татарстана видят регион как независимое государство наравне с другими национальными республиками, входившими в СССР. 21 марта 1992 года на фоне развала СССР, поиска нового пути развития проводится референдум о статусе Татарстана. Федеральный центр пытался предотвратить референдум, используя правоохранительный ресурс, в частности прокуратуру. Постановлением Конституционного суда РСФСР от 13 марта 1992 г. № 3-П был признан не соответствующим Конституции РСФСР 1978 г. ряд положений Декларации о государственном суверенитете ТАСССР от 30 августа 1990 г., ограничивающее действие законов РФ на территории РТ, а также постановление ВС РТ от 21 февраля 1992 г. «О проведении референдума РТ по вопросу о государственном статусе РТ» в части формулировки вопроса, предусматривающей, что РТ является субъектом международного права и строит свои отношения с РФ и другими республиками, государствами на основе равноправных договоров. После проведения референдума, по результатам которого 61,4% проголосовавших были за признание Татарстана субъектом международного права и суверенным государством, были осуществлены попытки аннулировать его итоги. 22 мая 1992 г. было принято Постановление ВС о статусе Татарстана как суверенного государства. 30 ноября 1992 г. была введена новая Конституция РТ. Без этих документов, по мнению татарстанских властей, не было возможности сесть за стол переговоров с Москвой для обсуждения вопросов будущих взаимоотношений, подписания взаимовыгодных договоров. На этом этапе можно говорить о завершении периода отделения субъекта от ранее включавшего его в свой состав государства. Это первый этап модели коммуникаций в условиях сепаратизма [3].

Далее можно отметить второй этап модели коммуникаций в условиях отделения субъекта от включавшего его в свой состав государства — реинтеграция региона. После проведенного референдума проводились неоднократные переговоры. Федеральный центр старался понять, как сбалансировать отношения с практически независимым государственным образованием, сохраняя его в составе государства. Не было понимания, как выстраивать отношения в рамках федерализма. По этой причине проводились неоднократные переговоры центральной власти с представителями Республики Татарстан, подготавливались проекты договорных документов в период после проведения референдума 1992 года и по 1994 год. Татарстан желал получить максимум выгоды, свободы

управления регионом. Российская Федерация стремилась оставить регион в своем составе и получить доступ к ранее принадлежавшей СССР, РСФСР собственности.

Летом 1992 года начинается новый переговорный процесс. Проводятся встречи, переговоры, попытка подписания договора. Стороны договорились о завершении переговоров и выходе на подписание двустороннего договора в июле — августе 1992 года. По возвращении в Москву 13 июля представителем переговорной группы от Москвы Яровым Ю. Ф. были разосланы по ведомствам для изучения и разработки предложений копии подготовленного проекта Договора о разграничении предметов ведения между органами государственной власти Российской Федерации и органами государственной власти Республики Татарстан. Текст содержал преимущественно интересы центральной власти. В связи с этим в качестве рекомендаций глава Госкомнаца РФ Тишков В. А. высказал следующее мнение: «Текст договора следует сделать более «протатарстанским», учитывающим позиции РТ. Сначала, что у Татарстана, затем, что совместно, и только потом — делегируемые полномочия РФ» [8, с. 96].

22 июля в Москве встречались премьер-министр РФ Гайдар Е. Т. и глава правительства РТ Сабиров М. Г. Обсуждали достигнутые интересы сторон и перспективы заключения договора. Этот период был сложным в развитии федерализма. Регионы требовали от Москвы больше прав. Центр был ослаблен внутренними политическими процессами, противостоянием между ветвями

власти. Поэтому приходилось идти на некоторые уступки. 15 февраля 1994 года был подписан Договор РФ и РТ «О разграничении предметов ведения и взаимном делегировании полномочий между органами государственной власти РФ и органами государственной власти РТ». За Республикой Татарстан было признано собственное гражданство, земли, ее недра и вся собственность республики в качестве достояния многонационального народа Татарстана [4, с. 160].

По сути, Договор отвечал сложившимся реалиям. Фактически его положения, возможность пересмотра, отмены на федеральном уровне не обсуждались до конца 1990-х годов. Татарстан развился до высокой степени возможности принятия собственных решений с учетом местной специфики. В условиях отсутствия стабильной системы федеральной власти, неясности решения вопросов взаимодействия, высокая степень независимости позволяла решать текущие вопросы управления Татарстаном быстро, без длительного ожидания утвердительного ответа с вышестоящего уровня. Этим шагом Татарстану было дано значительное количество прав и возможностей. Федеральный центр не опасался подписывать Договор, рассчитывая на адекватность татарстанской власти, выполнение договоренностей, изменение обстановки. Далее происходило изучение ситуации, в частности, сколько действительно необходимо Татарстану элементов независимости для эффективного решения региональных вопросов, сколько «он смог проглотить», а что излишне.

Литература:

1. Декларация от 30 августа 1990 г. «О государственном суверенитете Татарской Советской Социалистической Республики» // Официальный сайт Государственного совета Республики Татарстан. — URL: https://gossov.tatarstan.ru/about/history/declaration_o_suverenitet?ysclid=lpnrcfyvt336436205 (дата обращения: 10.11.2023)
2. Декларация от 26 декабря 1991 г. «О вхождении Республики Татарстан в Содружество Независимых Государств» // СПС «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/8101512/?ysclid=lp5fbheh547949766> (дата обращения: 15.11.2023)
3. Андреева, П. А. Референдум о суверенитете Республики Татарстан // Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова. — URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46737/1/klo_2017_208.pdf?ysclid=lp5vzitz252524611 (дата обращения: 17.11.2023)
4. Бушуев, А. С. История переговоров Российской Федерации и Республики Татарстан в 1991-1994 гг. // Федерализм. — 2014. — № 2. — с. 155-162.
5. Вербина, В. Н. Симметричные федерации — устаревшая модель федеративного устройства? // Вопросы российской юстиции. — 2021. — № 15. — с. 21-26.
6. Зиганшин, Р. М. Политико-экономические противоречия между Казанью и Москвой во время «парада суверенитетов» // Ойкумена. Регионоведческие исследования. — 2022. — № 1. — с. 95-107.
7. Пученков, А. С. Этнический распад и распад СССР // Вестник СПбГУ. История. — 2020. — Т. 65. — вып. 3. — с. 826-841.
8. Тагиров, И. Р., Бушуев А. С. Новые документы о переговорах между Россией и Татарстаном 1991-1994 гг. // Гасылар авазы — Эхо веков. — 2013. — № 3/4. — с. 93-103.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Способы ускорения бизнеса

Аннамурадова Алтынай Мейлисовна, старший преподаватель;
Мурадова Аманбике Оразовна, старший преподаватель;
Аннаев Ашырмухаммет Гурбанмурадович, студент;
Ходжагулыев Дидар Гуванджович, студент
Туркменский государственный архитектурно-строительный институт (г. Ашхабад)

Первый и самый важный шаг в вашей маркетинговой стратегии — это разметка вашей онлайн-территории. Создавая веб-сайт, вы заявляете права на цифровое пространство, которое полностью принадлежит вам. Далее вам нужно будет наметить план роста вашей компании, используя правильные маркетинговые стратегии для привлечения большего количества потенциальных клиентов, веб-трафика и привлечения новых клиентов. От маркетинга влияния и PR до SEO, мы выясним, на каких именно видах маркетинга следует сосредоточиться в следующем году, чтобы обеспечить значительный рост вашего бизнеса.

Роль маркетинговой стратегии заключается в том, чтобы определить, как вы планируете продвигать и продавать продукт или услугу. Его конечная цель — охватить вашу целевую аудиторию с помощью маркетинговых и рекламных кампаний, а затем заставить их купить вашу услугу или воспользоваться ею. Это также может помочь вам составить карту нашей целевой аудитории, а также найти наилучшие способы ее охвата с помощью отслеживания и анализа.

По сути, маркетинговая стратегия — это всеобъемлющий план, который каждый, кто решает, как начать бизнес или работает с существующим бизнесом, использует для повышения видимости и, в конечном итоге, своей прибыли. Это может включать в себя что угодно: от создания сильного бренда до разработки инновационных продуктов и услуг. Успешные маркетинговые стратегии должны быть адаптированы к вашим конкретным целям и задачам.

Создание стратегических маркетинговых стратегий начинается с определения того, что такое продуктовый маркетинг для вашей ниши, понимания того, где вы сейчас находитесь, определения ключевых областей для улучшения и сосредоточения внимания на достижении конкретных целей.

Хотя эти термины используются как взаимозаменяемые, маркетинговые стратегии представляют собой более

широкое изложение того, что делает ваш бизнес, чтобы преодолеть свои болевые точки, достичь своих целей и охватить свою аудиторию.

Стратегия дает более широкую картину того, как вы планируете оставаться впереди конкурентов. Это может выявить угрозы, которые вам, возможно, придется учитывать для обеспечения долгосрочной устойчивости. Напротив, маркетинговый план методично описывает детали того, как вы будете реализовывать свои стратегии и как вы будете отслеживать рентабельность инвестиций в маркетинг.

Кроме того, ваш маркетинговый план очень подробен и включает в себя четыре компонента маркетинга: продукт, цена, место и продвижение. Это помогает обеспечить более интегрированный маркетинговый подход, то есть единое сообщение по всем вашим рекламным каналам.

Определение маркетинговой стратегии на ранней стадии дает множество преимуществ. Маркетинговые стратегии необходимы для бизнеса, поскольку они помогают им определить свои цели и задачи, понять свою целевую аудиторию и разработать эффективный подход к ней. Хорошо продуманная маркетинговая стратегия может помочь вам получить конкурентное преимущество, улучшить имидж вашего бренда и увеличить продажи и доходы. Установление четких целей и задач и согласование маркетинговых стратегий для их достижения наилучшим образом способствуют успеху. Чтобы лучше понять теорию, лежащую в основе важности маркетинга, мы рекомендуем идеи и работы Майкла Портера. Ему приписывают, например, разработку концепции конкурентного преимущества. Поняв его исследования и включив их в свой маркетинговый менеджмент, можно многого добиться.

Кроме того, при открытии бизнеса маркетинговые бюджеты могут быть ограничены, а четкий план гарантирует, что вы не потратите зря ресурсы. Кроме того, как вы будете измерять успех, если сначала не определите, как он выглядит и как вы этого достигнете?

Основные элементы маркетинговой стратегии

Они могут различаться, но обычно включают в себя:

- Определение целевой аудитории посредством анализа рынка
- Приняв решение о своем уникальном торговом предложении, перейдите к рыночной стратегии.
- Создание вашего позиционирования на рынке и установление дифференциации продукта, то, как клиенты будут воспринимать вас и ваш продукт.
- Установление вашей цены
- Установка бюджета для вашей маркетинговой стратегии
- Реализация выбранной вами стратегии
- Постоянное отслеживание и улучшение вашего плана

Для получения дополнительной информации о том, что делает современную маркетинговую стратегию эффективной, мы рекомендуем обратиться к Филу Котлеру, чья работа по управлению маркетингом и важности связи с вашей аудиторией сыграла важную роль в совершенствовании маркетинговых стратегий.

Одна из самых больших проблем в маркетинговых стратегиях — идти в ногу с меняющимися рыночными тенденциями и потребительскими предпочтениями. Разработка эффективной маркетинговой стратегии также может по-

требовать значительного времени, ресурсов и опыта; Список типов маркетинговых стратегий обширен.

Контент-маркетинг

За последнее десятилетие в маркетинговом мышлении произошел сдвиг. Сегодня мы наблюдаем рост количества блогов, подкастов и вебинаров, которые привлекают и инклюзивны для аудитории, поэтому они чувствуют себя более связанными с брендами.

Создание ценного и информативного контента стало беспроигрышным вариантом, особенно когда дело касается развития и улучшения взаимодействия с клиентами. Контент-маркетинг создает стратегическую возможность для вашего бизнеса наладить значимую связь с клиентом.

Контент-маркетинг также помогает вам привлечь внимание, стать авторитетом и рассказать историю. Сосредоточение внимания на этой стратегии на раннем этапе полезно для других маркетинговых идей, поскольку позже вы сможете поделиться своим контентом в социальных сетях или в информационных бюллетенях по электронной почте. Наиболее популярные контент-стратегии:

- Написание контента
- Инфографика
- Видеомаркетинг
- Запуск подкаста.

Литература:

1. <https://sendpulse.com/>
2. <https://www.oracle.com/>
3. <https://www.sravni.ru/>
4. <https://smart-estet.ru/>

Эволюция концепции маркетинга

Аннамурадова Алтынай Мейлисовна, старший преподаватель;
 Мурадова Аманбике Оразовна, старший преподаватель;
 Байрамдурдыев Абдымухаммет Динмухаммедович, студент;
 Агалыев Иманмухаммет Имангельдиевич, студент
 Туркменский государственный архитектурно-строительный институт (г. Ашхабад)

Эволюция маркетинга

Итак, теперь вы получили общий взгляд на маркетинг как практику и теперь знаете, что такое маркетинг. Однако давайте совершим путешествие назад во времени, чтобы посмотреть на эволюцию маркетинговой практики и на то, как сложились сегодняшние маркетинговые стратегии.

Концепция производства

Чтобы понять концепцию производства, важно сначала понять историю технологии и массового производства. В середине 19 века в США началась промышленная революция, вызванная использованием энергии пара.

Хотя большая часть населения по-прежнему была занята в сельском хозяйстве, расширение торговли и промышленности привлекло миллионы фабричных рабочих в города. Внезапно домохозяйствам стало доступно изобилие промышленных товаров в невиданных ранее масштабах.

Концепция производства предполагала, что потребителей больше всего интересуют наличие и цена продукта, а не его характеристики. В результате компании сконцентрировались на высоком производстве, низких затратах и массовом распространении. Другими словами, если использовать часто используемую фразу из фильма «Поле чудес»: «Если вы это построите, они придут». Люди

настолько жаждали товаров массового производства, что компаниям не приходилось заниматься большими продажами или маркетингом. Считается, что эта производственная концепция просуществовала сразу после Гражданской войны (1861–1865) до 1920-х годов. 35 Например, компания изобретателя Сэмюэля Кольта начала массовое производство револьверов в 1835 году. Компания Waltham Watch Company (основанная в 1850 году в Уолтеме, штат Массачусетс) была первой, кто использовал разделение труда для массового производства часов и часов.

Согласно концепции производства, потребители предпочитают покупать те продукты, которые широко доступны и недороги. Руководители предприятий, ориентированных на производство, обычно концентрируются на достижении высокой эффективности производства, низких затратах и массовом распространении для достижения эффективных результатов. Потребителей больше интересует доступность товара и низкие цены. Этот тип бизнес-ориентации эффективен в развивающихся странах.

Пример. Местные мобильные компании в развивающихся странах предоставляют сотовые телефоны по гораздо более низкой цене, чем фирменные компании, и поэтому люди в этих странах предпочитают покупать у них сотовые телефоны.

Концепция продукта

С 1920-х по 1950-е годы доминировала концепция продукта. Поскольку доступность продуктов ушла в прошлое, потребители начали отдавать предпочтение продуктам, которые предлагали качество, производительность и/или инновационные функции. В результате компании сконцентрировались на производстве высококачественных продуктов и их постепенном совершенствовании. Одна из проблем такого типа мышления заключается в том, что маркетологи могут влюбиться в продукт (так называемая «маркетинговая близорукость») и не осознавать, чего на самом деле хочет или в чем нуждается рынок. Рассмотрим, как железнодорожные маркетологи игнорировали растущую конкуренцию со стороны авиакомпаний, автобусов и автомобилей. В своей книге «Маркетинговая близорукость» автор Теодор Левитт пишет: «Железные дороги не прекратили расти, потому что потребность в пассажирских и грузовых перевозках снизилась. Это росло. Железные дороги сегодня находятся в беде не потому, что эту потребность удовлетворяли другие (легковые автомобили, грузовики, самолеты и даже телефоны), а потому, что ее не удовлетворяли сами железные дороги. Они позволяют другим отбирать у них клиентов, потому что считают, что занимаются железнодорожным бизнесом, а не транспортным бизнесом».

Согласно продуктовой концепции бизнеса, потребители отдают предпочтение тем продуктам, которые обеспечивают им лучшее качество, производительность и инновационные функции. Менеджеры в организациях, ориентированных на продукт, в основном сосредоточены

на производстве высококачественных продуктов и их постоянном совершенствовании. В концепции продукта считается, что потребители осведомлены о качестве продукции и имеют возможность оценить хорошее качество и производительность.

Концепция продаж

К 1950-м годам массовое производство стало скорее нормой, чем исключением. Конкуренция с годами возросла, и на рынке осталось мало неудовлетворенного спроса. Маркетинг превратился из простого производства продуктов, которые хотели бы клиенты, в попытки убедить клиентов купить их посредством рекламы и личных продаж. Основная предпосылка концепции продаж заключалась в том, что потребителей и предприятия необходимо «уговорить» покупать, а целью компаний было продавать то, что они производят, а не производить то, что хотят потребители.

Концепция маркетинга

Концепция маркетинга была построена на предпосылке, что организация достигнет своих целей, когда удовлетворит потребности и желания потребителя. В результате компании начали концентрироваться на потребностях клиентов, прежде чем разрабатывать продукты, а не разрабатывать продукты, а затем пытаться «продать» их потребителям. Концепция маркетинга также положила начало маркетингу взаимоотношений — развитию долгосрочных отношений с клиентами с целью обеспечения повторных продаж, достижения стабильных отношений и снижения затрат.

Концепция социального маркетинга

Вкратце, концепция социального маркетинга проста. Компании принимают хорошие маркетинговые решения, учитывая не только желания и потребности потребителей, но и баланс между этими желаниями и потребностями, возможностями компании и долгосрочными интересами общества. В концепции подчеркивается социальная ответственность, которую несут компании. Это означает удовлетворение текущих потребностей потребителей и бизнеса, одновременно осознавая влияние маркетинговых решений на окружающую среду и способность будущих поколений удовлетворять свои потребности.

Концепции маркетинга сосредоточены на поиске подходящих продуктов для клиентов, а не на поиске подходящих клиентов для продуктов. Он основан на четырех столпах: целевой рынок, требования клиентов, объединенный рынок и прибыльность. Концепции маркетинга начинаются с четкого определения рынка, сосредоточения внимания на потребностях клиентов, координации всех взаимосвязанных действий, которые повлияют на клиентов, и увеличения прибыли за счет привлечения большего количества удовлетворенных клиентов.

Концепция рынка фокусируется на достижении целей организации путем создания компании, которая будет более эффективной и действенной, чем конкуренты, путем создания, доставки и передачи потребительской ценности на выбранные целевые рынки.

Литература:

1. <https://www.tutorialspoint.com/>
2. <https://www.carrotquest.io/>
3. <https://sendpulse.com/>
4. <https://www.calltouch.ru/>

Важность эффективной маркетинговой стратегии

Бердиева Оразгул Гелдиевна, старший преподаватель;

Мурадова Аманбике Оразовна, старший преподаватель;

Худайбердиева Нязик Ашировна, преподаватель;

Нурыева Айлар Овезовна, студент

Туркменский государственный архитектурно-строительный институт (г. Ашхабад)

Для всех фирм, будь то скромный стартап или многонациональный гигант, эффективная маркетинговая стратегия может служить важнейшей дорожной картой для всего бизнеса. Разработав и установив последовательную и хорошо продуманную маркетинговую стратегию, организации могут продвигать свой бизнес, привлекать нужные типы клиентов и правильно распределять свои ресурсы, сохраняя при этом репутацию фирмы.

Таким образом, эффективные маркетинговые стратегии состоят из множества аспектов, которые компании должны постоянно учитывать. Акционерная стоимость, репутационный риск и влияние цифровых технологий — три наиболее важных фактора, которые компании должны учитывать, пытаясь представить свои услуги нужной аудитории.

Несомненно, предприятия независимо от их размера должны использовать комплексную и эффективную маркетинговую стратегию. Ожидания потребителей должны быть приняты во внимание, а подробный анализ деятельности компании позволит фирмам рассматривать свой бизнес с точки зрения клиента или покупателя.

Создание эффективной маркетинговой стратегии часто является задачей высшего руководства фирмы. Передавая комплексную маркетинговую стратегию высшему руководству, компании помогут создать более целенаправленный подход к маркетингу в масштабах всего бизнеса. Однако крайне важно, чтобы стратегия была многогранной, реалистичной и последовательно реализовывалась на протяжении длительного времени. Эффективная маркетинговая стратегия должна также служить устранению любых пробелов, которые могут существовать между залом совета директоров и маркетологами, ответственными за распространение сообщения компании. Маркетинговые стратегии часто требуют дисциплины и управления в масштабах всей компании, чтобы гарантировать их эффективную и результативную реализацию.

«Век цифровых технологий продолжает оказывать огромное влияние на эффективное управление маркетинговыми стратегиями».

Один из наиболее важных аспектов любой маркетинговой стратегии связан с выявлением возможностей роста с помощью SWOT-анализа. Как только компания определила сильные и слабые стороны, возможности и угрозы любой маркетинговой схемы, ей становится проще использовать эти возможности и подумать, какие действия следует предпринять для смягчения любых угроз. Не менее важно, чтобы советы директоров продолжали участвовать в процессе реализации выбранной ими стратегии в течение длительного периода времени. Высшее руководство должно следить за тем, чтобы оно было в курсе событий и оставалось открытым для новых идей по продвижению бренда компании.

Общий фокус маркетинговой стратегии фирмы должен быть основан на концепции развития и роста узнаваемости бренда компании, а также на развитии доверия и уверенности в этом бренде. Бренд компании является ее самым важным активом, поэтому следует предпринимать попытки улучшить и защитить его на протяжении всего маркетингового процесса. Чтобы достичь этого, организации должны как можно быстрее реализовать правильные маркетинговые стратегии.

Репутационный риск

Средства, с помощью которых компании сегодня разрабатывают и реализуют эффективные маркетинговые стратегии, за последние годы сильно изменились. Если раньше маркетинговые попытки были ограничены, то в современном деловом климате существуют неисчислимые средства, с помощью которых компании могут успешно донести свое послание. Наступление цифровой эпохи значительно увеличило масштабы и охват многих маркетинговых методов и стратегий, а также поставило перед компаниями и их маркетинговыми командами широкий спектр новых вопросов и задач.

Цифровой век продолжает оказывать огромное влияние на эффективное управление маркетинговыми стратегиями. Компании осваивают новые формы средств массовой информации, доступные через Интернет. Социальные сети, в частности, становятся ключевым каналом для многих компаний, однако, несмотря на повсеместное распространение технологий, компаниям и тем, кто действует от их имени, очень легко неправильно оценить свое взаимодействие в этой области. Например, в феврале компания MasterCard Incorporated подверглась пристальному вниманию и смущению из-за того, что спонсировала премию British Music Awards. PR-агентство MasterCard House PR предложило журналистам аккредитацию для прессы в обмен на публикацию рекламных твитов на их собственных аккаунтах в Твиттере. В результате инцидента промо-хэштег MasterCard к мероприятию был использован пользователями соцсети, которые открыто высмеивали усилия компании. Компании должны осознавать, что взаимодействие в социальных сетях может оказать крайне разрушительное воздействие на их репутацию, если эти взаимодействия будут оценены неправильно.

Социальные сети и Интернет в целом могут оказать разрушительное воздействие на репутацию компании и другими способами. В 2012 году поднялся шум вокруг того, как мало платят в Великобритании такие глобальные корпоративные налоги, как Google, Starbucks и Amazon. По-

требители обратились к Интернету и социальным сетям, чтобы выразить свой гнев по поводу того, что они считали закусочной и граничащей с преступной деятельностью. Несмотря на то, что по закону фирмы не сделали ничего плохого, общественное мнение было сильно настроено против них. Подобные инциденты должны послужить тревожным сигналом для бизнеса. В апреле, в результате расследования уровней налогов, уплачиваемых транснациональными корпорациями в Великобритании, Starbucks объявила о переносе своей европейской штаб-квартиры в Лондон. Переезд в Лондон повторяет аналогичные решения, принятые другими транснациональными корпорациями за последние 12 месяцев. Рекламодатели WPP plc, медиа-группа UBM plc, Aon plc и две нефтесервисные компании, Rowan Oil и SeaDrill, переехали в город. По данным Starbucks, этот шаг, который должен быть завершен к концу 2014 года, приведет к тому, что фирма будет платить больше налогов в Великобритании.

При плохом управлении репутационные последствия маркетинговых просчетов могут оказаться катастрофическими. Предоставление плохого или неадекватного уровня обслуживания с помощью цифровых форматов или традиционных средств может оказать серьезное влияние на продажи, прибыль и запасы. Таким образом, крайне важно, чтобы компании знали и строго управляли своими маркетинговыми стратегиями в цифровом пространстве.

Литература:

1. <https://www.plerdy.com/>
2. <https://smart-estet.ru/>
3. <https://academy-of-capital.ru/>
4. <https://sky.pro/>

Анализ рынка и тенденций в производстве и продаже вязаных сумок: стратегии маркетинга, потребительские предпочтения и перспективы развития бизнеса

Гасанова Карина Шамильевна, студент;
Евениева Жулдыз Жанбулатовна, студент;
Усачева Анастасия Владимировна, студент;
Нугмидин Асем Дуйсенгаликызы, студент
Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)

Актуальность темы статьи является то, что исследования в области маркетинга очень распространены и важны для бизнеса. В данном случае, исследование направлено на анализ рынка и тенденций в производстве и продаже вязаных сумок. Проблемой считается неопределенность в потребительских предпочтениях, изменение модных тенденций, увеличение конкуренции, изменения в экологических требованиях и другие аспекты, которые могут влиять на бизнес в этой отрасли. Предметом исследования являются стратегии маркетинга, потребительские предпочтения и тенденции в производстве и продаже вязаных сумок. Цель работы составляет исследование рынка и тенденций в производстве и продаже вязаных сумок с целью разработки эффективных стратегий маркетинга, учета потребительских предпочтений и определения перспектив развития бизнеса в этой нише. Исследование направлено на изучение изменений в потребительском спросе, методов продвижения сумок, особенностей производства и стратегий маркетинга, связанных с этими аксессуарами. В ходе исследования применяется подход со смешанными методами, сочетающий статистиче-

ское наблюдение, сводку и группировку материалов статистического наблюдения, корреляционный анализ, построение гистограммы, описательную статистику. Исследование может помочь выявить потенциальные проблемы или вызовы, а также их влияние на бизнес в отрасли. Таким образом, оно может быть полезным инструментом для принятия более информированных стратегических решений и адаптации к изменяющимся условиям рынка.

Ключевые слова: ручная работа, уникальный товар, устойчивое производство, диджитал-маркетинг, потребительские предпочтения, глобальные тенденции моды, перспективы развития бизнеса.

Analysis of the market and trends in the production and sale of knitted bags: marketing strategies, consumer preferences and business development prospects

Gasanova Karina Shamilyevna, student;
Yeveneeva Zhuldyz Zhanbulatovna, student;
Usacheva Anastasiya Vladimirovna, student;
Nugmidin Asem Duysengalikyzy, student
Almaty Management University (Kazakhstan)

The relevance of the topic of the article is that research in the field of marketing is very common and important for business. In this case, the research is aimed at analyzing the market and trends in the production and sale of knitted bags. The problem is considered to be uncertainty in consumer preferences, changing fashion trends, increased competition, changes in environmental requirements and other aspects that can affect business in this industry. The subject of the research is marketing strategies, consumer preferences and trends in the production and sale of knitted bags. The purpose of the work is to study the market and trends in the production and sale of knitted bags in order to develop effective marketing strategies, take into account consumer preferences and determine the prospects for business development in this niche. The research is aimed at studying changes in consumer demand, bag promotion methods, production features and marketing strategies related to these accessories. In the course of the study, a mixed-method approach is used, combining statistical observation, summary and grouping of statistical observation materials, correlation analysis, histogram construction, descriptive statistics. Research can help identify potential problems or challenges, as well as their impact on business in the industry. Thus, it can be a useful tool for making more informed strategic decisions and adapting to changing market conditions.

Keywords: handmade, unique product, sustainable production, digital marketing, consumer preferences, global fashion trends, business development prospects.

Введение

Сумка является ключевым аксессуаром в гардеробе каждого человека, причем ее функциональность уступает место визуальному воздействию. Умело подобранная сумочка не только вмещает необходимые вещи, но и добавляет элегантности повседневному наряду, освежая стиль. Сумка выражает индивидуальность, выделяет из толпы и подчеркивает личный стиль.

В настоящее время вязаные аксессуары, такие как сумки, приобретают большую популярность среди потребителей. Такой интерес создает особенную возможность для предпринимателей в области изготовления и продажи вязаных сумок. В данном исследовании изучается динамика рынка вязаных сумок, изучая стратегии маркетинга, факторы, влияющие на предпочтения потребителей.

Гипотеза исследования. Выдвинутая авторами гипотеза утверждает, что спрос не зависит от гендерной принадлежности и различные сегменты рынка имеют схожие предпочтения относительно типов сумок.

Детальный анализ рынка вязаных сумок позволит выявить ключевые стратегии маркетинга, отразить актуальные потребительские предпочтения и предоставит ценные инсайты для прогнозирования перспектив развития бизнеса в этом сегменте. Предполагается, что рассмотрение дина-

мики спроса, анализ конкуренции и внимательное изучение модных тенденций в мире вязаных сумок помогут выявить эффективные стратегии продвижения на рынке, а также способствуют пониманию того, какие изменения следует внести для успешного удовлетворения потребностей современных потребителей и достижения стабильного бизнес-роста в данной отрасли. Исследование имеет целью помочь предпринимателям и маркетологам принять обоснованные стратегические решения для успешного участия в этом перспективном сегменте рынка.

Постановка проблемы. Статья ставит перед собой задачу проанализировать рынок вязаных сумок с целью выявления современных тенденций в их производстве и продажах. Основной упор делается на исследование стратегий маркетинга, которые могут обеспечить успешное развитие бизнеса в этом сегменте. Проблема состоит в необходимости адаптации к изменяющимся потребительским предпочтениям и эффективному прогнозированию перспектив развития, учитывая динамику спроса и конкурентную обстановку.

Научная новизна данной статьи заключается в систематическом и глубоком анализе рынка вязаных сумок, включая их производство и продажи. Статья предоставит уникальный взгляд на стратегии маркетинга в контексте

современных тенденций, а также обозначить изменяющиеся потребительские предпочтения.

Сегодняшний рынок насыщен разнообразными товарами и услугами, что представляет серьезный вызов для компаний, стремящихся выжить среди конкурентов. Привлечение внимания современного потребителя становится все более сложным заданием. Успешное развитие бизнеса требует не только высокого качества продукции и конкурентоспособных цен, но и правильного использования маркетинговых коммуникаций, оказывающих влияние на поведение потребителей. Несмотря на значительные затраты и временные ресурсы, не все предприниматели придают должное внимание разработке маркетинговой стратегии, рассматривая ее как основную инструмент развития своего бизнеса. В данной статье освещены основные виды маркетинговых коммуникаций, с акцентом на малый бизнес. Используя пример магазина женских сумок высокого ценового сегмента, рассмотрены и описаны инструменты маркетинговых коммуникаций. Авторы представили результаты маркетингового исследования, представляющего собой анкетирование 114 человек, с определением дополнительной и основной целевой аудитории. На основе этой целевой аудитории предложены методы маркетинговых коммуникаций, включая личные продажи, прямой маркетинг, стимулирование сбыта и связи с общественностью. Особое внимание уделено роли социальных сетей в современном бизнесе, рассмотрены такие платформы, как Facebook¹, TikTok и Instagram¹, предложены основные принципы продвижения товаров в каждой из них.

Литературный обзор

Анализ рынка вязаных сумок включает в себя исследование текущих тенденций, конкурентной среды и потребительских предпочтений. Авторы считают, что маркетинговые стратегии должны фокусироваться на уникальных особенностях продукта и привлекать внимание целевой аудитории через социальные сети и онлайн-платформы. Учитывая растущий интерес к экологически чистым продуктам, интеграция экологических и устойчивых материалов может повысить конкурентоспособность. Поддержка креативных дизайнерских решений также привлекает внимание покупателей. Будущее бизнеса зависит от его способности адаптироваться к меняющимся требованиям рынка и предвидеть будущие тенденции.

Прискановская М.И. и Трохилова П.А. в своей статье «Интернет-магазины как новая экономическая реальность», опубликованной в журнале «Бизнес-образование в экономике знаний», отмечает, что изменилась только культура потребления и, как следствие, произошло кардинальное изменение типа покупательского поведения. А именно, переход от целенаправленного поиска, основанного на осознанной потребности в конкретном товаре, к шопингу как форме досуга, включающей в себя покупательское поведение как один из элементов. [1]

Молодые покупатели приобретают товары в Интернете не в погоне за модой, а ради выгоды и удобства. Чтобы не упустить таких покупателей, сайтам необходимо учитывать особенности их поведения, считает Александра Шарина в своем «Исследовании особенностей покупательского отношения молодежи к покупкам в интернет-магазинах». [2]

В журнале «Модная штучка» в статье, опубликованной в 2023 году, говорится, что для городских модниц мастерицы изготавливают вязаные рюкзаки. Они изготавливаются из различных видов пряжи: трикотажа, полиэфирного шнура, джута, меланжевой пряжи. Фантазия мастериц создает замысловатые вязаные узоры на корпусе рюкзака и на лямках. Вязаные рюкзаки обычно изготавливаются небольших размеров, подходящих для прогулок по городу. [3]

В одной из статей журнала «Ярмарка Мастеров» отмечается, что вязаные сумки стали неотъемлемой частью гардероба, их носит практически каждая девушка, наряду с привычными моделями из ткани, искусственной и натуральной кожи. Это сумки-сетки, вязаные крючком жесткие конструкции с кожаными или деревянными элементами, жаккардовые сумки и многое другое. Кроме того, вязаная одежда, а также сумки этой техники уже давно перестали дополнять только зимний гардероб — благодаря использованию хлопчатобумажной и трикотажной пряжи вязаные сумки прочно заняли свое место среди модных летних аксессуаров. [4]

Все это говорит о том, что вязаные сумки набирают популярность, и будущее этой идеи, безусловно, не только за интернет-магазинами, но и за традиционными формами покупок.

Методология исследования

С учетом разнообразия стилей и материалов, вязаные сумки предоставляют бизнесу огромные возможности для инноваций и креативного подхода. Данное исследование стремится выявить ключевые факторы, формирующие рынок вязаных сумок, и раскрыть стратегии, которые могут обеспечить успешное позиционирование и долгосрочное развитие бизнеса в этой области.

В ходе данного исследования были использованы как качественные, так и количественные методы. Основным качественным методом является анкетирование потребителей о таких составляющих, как дизайн, ценовая политика, предпочтения в материалах и удобствах использования. Данный метод использовался с целью изучения потребительских предпочтений и ожиданий от продукции. Для исследования деятельности конкурентов были применены сравнительный анализ продукции и анализ маркетинговых стратегий.

Ключевую роль в продвижении и продажах данного вида сумок играют социальные сети. Данные онлайн-платформы предоставляют возможность для визуального представления продукции и помогают привлечь целевую аудиторию. Поэтому понимание текущих трендов становится неотъемлемой частью успешного бизнеса.

Наряду с качественными методами, исследование основывается и на данных, собранных в ходе применения количественных методов. К ним относятся анализ статистических данных о ситуации на данном рынке: объем, динамика, сегментация, доли, ценовая политика рынка. Для интерпретации результатов опроса и подтверждения/опровержения вышеставленной гипотезы были использованы такие инструменты, как корреляционный анализ, t-критерий Стьюдента, критерий Пирсона.

Комбинированный подход позволил получить глубокое понимание динамики рынка, выявить потенциальные возможности для роста и предоставить ценные рекомендации для развития и позиционирования продукции вязаных сумок на данном рынке.

Результаты и обсуждения

Сумка — неотъемлемый аксессуар, который добавляет уникальность каждому образу. Ежедневно индустрия моды подвергается постоянным изменениям, стараясь угодить потребительным вкусам и ценностям. [5] Одними из таких ценностей являются экологичность, уникальность и персонализация. Таким образом, вязаные сумки, воплощая в себе вышеупомянутые характеристики, привлекают внимание и особенно важны многим потребителям.

Понятия экологичность и осознанное потребление тождественны. Согласно исследованию доктора Ирбидского национального университета, Мохаммада Ю., в период с 2018 года по 2023 год глобальный онлайн-поиск устойчивых товаров подскочил на 71%. «Чем больше бренды уделяют внимание идее устойчивого развития, тем он более конкурентоспособен и уважаем», — об этом утверждают 63% американцев. [6]

Стоит отметить, что потребительские привычки жителей напрямую зависят от позиции государства в от-

ношении экологии: отсутствие мер по устойчивому развитию со стороны государства может снижать мотивацию людей выбирать эко-товары. Согласно рейтингу экологической устойчивости, Республика Казахстан занимает 93 место с индексом 40,9 из 100, уступая как европейским лидерам, так и африканским странам. [7]

Можно предположить, что майоритет жителей Казахстана — экологически неграмотные люди. «Большинство казахстанских эоактивистов — женщины», — заметила Эльнара Байназарова, председатель Постоянного координатора ООН в Казахстане. [8]

В одной из статей журнала «Мастера», Валерия Семенина отмечает, что активными покупателями эко-товаров являются девушки без детей, с высшим образованием, работающие фрилансерами или в бизнес-сфере. Исходя из представленных мнений, именно миллениалы и поколение Z более склонны к осознанному потреблению. [9]

Тем не менее, нельзя с точностью утверждать, что вязаные сумки ограничены только женским спросом. Не на каждую тенденцию в мире моды стоит обращать внимание, ведь многие из них существуют лишь сезон. Однако, такой тренд как андрогинность (отсутствие выраженных гендерных отличий) на долгое время займет мировую модную нишу.

В результате собственного проведенного исследования с целью изучения общих характеристик данного рынка на территории Казахстана были собраны ответы 114 респондентов о потребительских предпочтениях, эффективности маркетинговых стратегий и перспективах развития бизнеса.

Вопреки многим убеждениям о гендерной предрасположенности к покупке сумок, авторами предполагается гипотеза об отсутствии зависимости между полом респондента и его интересом к вязаным сумкам из пряжи, а следовательно, покупкой данных сумок (рисунок 1).

	Пол респондента	Интерес к вязаным сумкам ручной работы
Пол респондента	1	
Интерес к вязаным сумкам ручной работы	0,094603742	1

Рис. 1. Корреляционный анализ на основе данных опроса

Примечание: составлено авторами на основании проведенного исследования

Корреляционный анализ двух показателей: пол респондента и интерес к данным сумкам, показал низкий результат взаимосвязи.

Для подтверждения критерия Пирсона, для оценки статистической значимости важно обратить внимание на коэффициент P-значение (p-value) (таблица 1).

Таблица 1. Вычисление показателя P-значения

Корреляции			
		Пол	Интерес
Пол	Корреляция Пирсона	1	,095
	знач. (двухсторонняя)		0,317
	N	114	114
Интерес	Корреляция Пирсона	0,095	1
	знач. (двухсторонняя)	0,317	
	N	114	114

Примечание: составлено авторами на основании проведенного исследования

Показатель p-value равен 0,317, что больше 0,05 (стандартное значение показателя). Значит, результат является статистически незначимым, и гипотеза об отсутствии зависимости между спросом и гендером не отклоняется.

Цена на товар может существенно влиять на потребительские решения и уровень их интереса. Описательная

статистика ответов респондентов показывает, что средняя цена, за которую они готовы купить вязаную сумку, составляет приблизительно 11750 тенге, но большинство опрошенных оценивает данную сумку в 10000 тенге (рисунк 2).

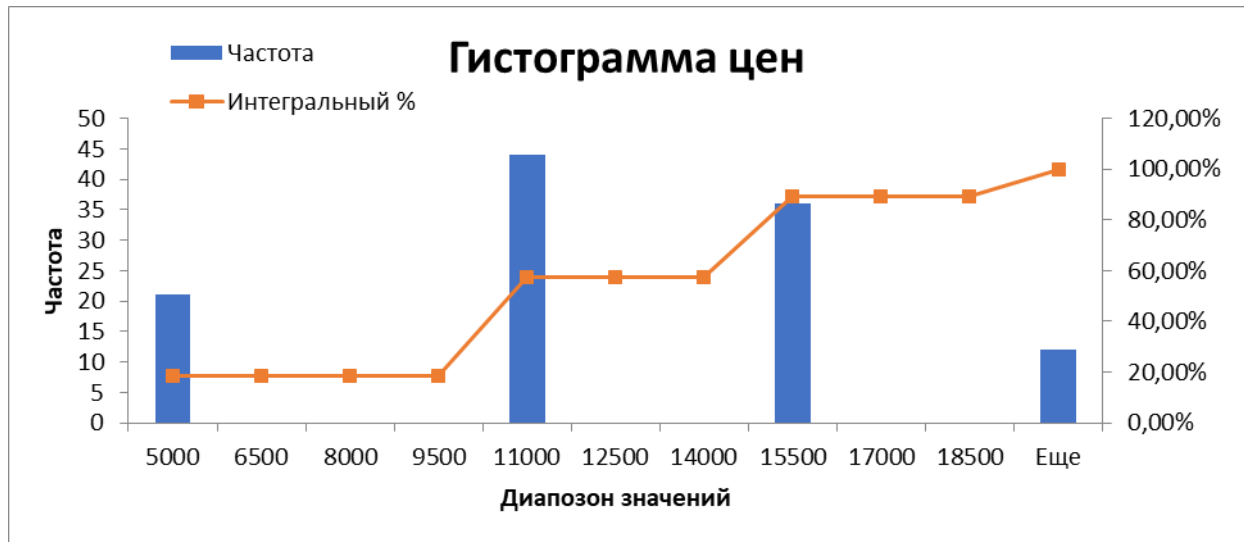


Рис. 2. Предпочтительная ценовые значения на вязаные сумки

Примечание: составлено авторами на основании проведенного исследования

Однако стоит отметить, что ручная работа ценится больше, соответственно и цена на hand-made товары обычно выше. Высокие цены способны создавать впечатление высокого качества и уникальности продукта. С учетом стоимости средней сумочки личного бренда SoftCloud, 14500 тенге, выявление среди респондентов ожидаемой цены в диапазоне 11000-12000 тенге может указывать на недопонимание нынешних трендов моды, непонимание трудности процесса производства и неготовность к экологичности.

Помимо экологичности продукта, второй особенностью вязаных сумок является оригинальность дизайна. Согласно опросу, респонденты уделяют либо среднее внимание (31,6%), либо высокое внимание (28,9%) оригинальности дизайна сумки.

В данный момент на рынке Казахстана наблюдается тенденция к повышению роли маркетинга. Постепенно роль вопроса «как продать товар?» становится одним из самых важным для компаний. Поэтому любой бренд, стремящийся занять свое место на рынке и нарастить устойчивую клиентскую базу, обязан использовать целый комплекс маркетинговых инструментов. В эпоху цифровизации важным инструментом являются социальные сети. Существует мнение, что если выбрать социальные сети единственным инструментом маркетингового продвижения, то бизнес окажется убыточным или малоприбыльным, что аргументируется временной неплатежеспособностью поколения Z, «живущего» в Интернете. [10]

В своей книге «ЛИДовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете»,

А. Смирнов отмечает такие методы, как email-рассылка, размещение рекламы в социальных сетях, таргетинг и т.д. [11]

86% респондентов опроса выбирают социальные сети основным каналом для покупок и считают их эффективными для размещения рекламы. Наиболее содержательной формой контента же считаются видео-посты, по мнению 64% опрошенных.

Для разработки маркетинговой стратегии молодого бренда SoftCloud, важно провести анализ конкурентов данного рынка, особенно на территории Казахстана (таблица 2).

Сопоставив используемые маркетинговые инструменты и количество подписчиков у данных онлайн-магазинов в Instagram*, можно предположить, что они используют эффективные маркетинговые стратегии. Перенимать методы конкурентов и адаптировать их под свои особенности может оказаться полезным для нового игрока рынка, SoftCloud. Стоит отметить, что копирование без глубокого понимания может привести к неэффективным результатам.

В целом, предпринимательство и малый бизнес представляют собой стержни экономики Казахстана, а их развитие и становление — приоритет экономической политики государства. В послании народу «Экономический курс Справедливого Казахстана» сказано, что «креативная экономика — движущая сила развития крупных городов, притягивающих талантливых, творческих людей». Вклад креативной экономики в ВВП страны не дотягивает

Таблица 2. Сравнительный анализ конкурентов

	«behet. handmade»	«valkovicci_design»	«_knitlove_»
География	Казань, Россия	Алматы, Казахстан	Алматы, Казахстан
Описание	Магазин, специализирующийся на ручной вязке и уникальных дизайнах	Онлайн-платформа, предлагающая доступные по цене вязанные аксессуары	Магазин, специализирующийся на вязаных сумках из экологически чистых материалов
Ассортимент	Эксклюзивные вязанные сумки, изготовленные из высококачественных натуральных волокон	Разнообразные стили и цвета вязанных сумок, ориентированные на бюджетных покупателей	Сумки из органических волокон, бамбука, хлопка и других устойчивых материалов
Ценовая политика	Выше среднего, так как продукция ручной работы и имеет высокий художественный статус	Низкие цены, частые распродажи и акции	Средние цены, учитывая экологическую ответственность и качество
Маркетинговые инструменты	Контент-маркетинг Интернет-реклама Связь с общественностью: мастер-классы Наличие сайта	Контент-маркетинг Интернет-реклама Стимулирование сбыта за счет скидок, проведения конкурсов	Контент-маркетинг Интернет-реклама
Целевая аудитория	Любители искусства и ручной работы, готовые заплатить за уникальные изделия	Широкий спектр покупателей с ограниченным бюджетом	Покупатели, ценящие продукцию, дружественную к окружающей среде

Примечание: составлено авторами на основании анализа аккаунтов магазинов в социальной сети Instagram*

даже до 1%. Президент Касым-Жомарт Токаев отмечает, что будут созданы все условия для масштабного развития креативной экономики в стране. [12]

Создание собственными руками сумок из пряжи — часть креативной индустрии. Таким образом, данный вид деятельности является перспективным и может рассчитывать на такую помощь от государства, как финансовая поддержка, создание сообществ и сетей для сотрудничества и обмена опытом, возможность участия на международных выставках, стимулирование экологической устойчивости и партнерство с отечественными дизайнерами. [13]

Заключение

Растущая популярность вязанных сумок в современном мире моды и стиля открывает уникальные возможности для предпринимателей в области их производства и сбыта. Анализ рынка и внимание к современным тенденциям в отрасли помогут разработать эффективные маркетинговые стратегии, соответствующие предпочтениям потребителей и открывающие перспективы для успеха бизнеса.

Современные потребители уделяют все больше внимания вопросам устойчивого развития и экологической ответственности, и интеграция этих принципов в маркетинговые стратегии является важным конкурентным преимуществом. Подчеркивание использования экологических материалов и методов производства, а также активное участие в общественных инициативах может способствовать позитивному восприятию бренда.

Важным аспектом успешной маркетинговой стратегии является постоянное следование тенденциям в области

дизайна и стиля. Поскольку вкусы потребителей быстро меняются, брендам необходимо быть гибкими и адаптироваться к новым модным тенденциям. Сотрудничество с дизайнерами, участие в модных мероприятиях и регулярное обновление коллекций позволят брендам оставаться актуальными и привлекательными для потребителей.

Потребительские предпочтения в отношении трикотажных сумок также меняются под влиянием социально-культурных и экономических факторов. Современные покупатели ценят не только качество изделия, но и его уникальность. Вязанные сумки, будучи изделием ручной работы, имеют характерную особенность, что важно для потребителей, стремящихся выделиться из толпы масс-брендов.

Однако для того, чтобы успешно выйти на рынок и закрепиться на нем, компаниям необходимо постоянно адаптироваться. Внимание к обратной связи с потребителями и готовность оперативно реагировать на их запросы позволяют создать положительное впечатление о бренде. При правильном подходе к маркетингу и производству перспективы бизнеса по производству вязанных сумок многообещающие. В условиях растущего интереса к уникальным изделиям ручной работы и устойчивым брендам предприниматели, сочетающие креативность, качество и социальную ответственность, имеют хорошие шансы на успех. Однако, оставаясь открытыми для инноваций и готовыми к переменам, они смогут эффективно адаптироваться к будущим вызовам и сохранить свои лидирующие позиции в этой динамично развивающейся отрасли.

Литература:

1. Плискановская, М. И., Трохинова П. А. (2018) Интернет-магазины как новая экономическая реальность. Журнал «Бизнес-образование в экономике знаний». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-magaziny-kak-novaya-ekonomicheskaya-realnost>
2. Шарина, А. (2017) Почему молодежь совершает покупки онлайн и как создать для нее идеальный интернет-магазин. Журнал «Шопинг в Сети: что нужно молодым» URL: <https://iq.hse.ru/news/201635414.html>
3. Почему вязаные сумки сегодня особенно модные и популярные? (2023) Журнал «Модная Штучка». URL: <https://dzen.ru/a/ZEKT2QUz1Wl6hSvc>
4. Вязаные сумки в гардеробе: история многообразия и с чем носить? (2021) Журнал «Ярмарка Мастеров». URL: <https://amp.livemaster.ru/topic/3550776-article-vyazanye-sumki-v-garderobe-istoriya-mnogoobrazie-i-s-chem-nosit>
5. Вязаные сумки: модный аксессуар для любой ситуации! (2012). Журнал «Золотое Руно». URL: https://www.rukodelie.ru/articles/vjazanyje_sumki_modnyj_aksessuar_dlja_ljuboj_situacii
6. Мохаммад, Ю. (2023) 9 экологически чистых статистических данных о потребителях в 2023 году. URL: <https://www.onlinedasher.com/eco-friendly-consumers-statistics/#:~:text=72%25%20of%20consumers%20said%20they,products%20not%20marketed%20as%20sustainable>
7. Рейтинг стран по уровню экологии (2023). Центр экологической политики и права при Йельском университете.
8. Большинство казахстанских эоактивистов — женщины (2022) Новости ООН. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/03/1419412>
9. Сементина, В. (2019) Ответственный потребитель: кто он такой и чего хочет. Журнал «Мастера», Санкт-Петербург.
10. Шеденова, М. И. (2018) О маркетинговой стратегии продвижения продукции на рынках Казахстана. Алматы менеджмент университет, Казахстан, г. Алматы.
11. Смирнов, А. (2015). Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете.
12. Болатханова, З. А., Сыздыков Е. К. (2018) Государственная поддержка развития предпринимательства в республике Казахстан. Казахстан, Алматы, Алматинский технологический университет DOI: https://doi.org/10.31435.rsglobal_ijite.01062018.5656
13. Молдажанов, Т. (2016) Развитие малого бизнеса в Казахстане. Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Развитие креативных кластеров как фактор стимулирования событийного туризма в регионе (на примере Республики Татарстан)

Копеева Эльвира Ильдаровна, студент магистратуры
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Статья посвящена исследованию влияния развития креативных кластеров на стимулирование событийного туризма в региональном контексте, с фокусом на примере Республики Татарстан. В работе проведён анализ теоретических аспектов кластеризации в современной экономике, выявляя её роль в формировании творческих индустрий. Региональные креативные кластеры рассматриваются как инструмент привлечения туристического потока через организацию разнообразных событий. В статье проанализированы действующие кластеры в Республике Татарстан, представлены результаты исследования проведенных событий. Отмечается, что создание и поддержка креативных кластеров способствует формированию новых культурных центров, активизации событийного туризма и обогащению регионального туристического опыта.

Ключевые слова: событийный туризм, креативные кластеры, креативные индустрии, Республика Татарстан, регион, событийные мероприятия.

В современном мире креативные кластеры становятся ключевым фактором стимулирования туристской деятельности, особенно в контексте событийного туризма. Эти пространства объединяют творческие и культурные

инициативы, создавая уникальные центры, способные привлекать внимание туристов. Настоящая статья посвящена анализу взаимосвязи развития креативных кластеров и стимулирования событийного туризма на при-

мере Республики Татарстан. В процессе исследования рассматриваются особенности формирования креативных кластеров, их влияние на творческий потенциал региона, а также их взаимодействие с развитием событийного туризма.

Целью статьи является исследование воздействия развития креативных кластеров на стимулирование событийного туризма в контексте Татарстана. В ходе исследования ставятся следующие задачи:

- 1) провести терминологический анализ ключевых понятий, связанных с креативными кластерами и событийным туризмом;
- 2) провести анализ текущего состояния и потенциала событийного туризма и креативных кластеров в регионе;
- 3) оценка воздействия развития кластеров на проведение событийных мероприятий;
- 4) разработать рекомендации на основе полученных результатов. Полученные результаты могут быть полезными для органов регионального управления, предпринимателей и исследователей, заинтересованных в развитии творческого и туристского потенциала региона.

Методы. В ходе исследования были применены методы контент-анализа, включающие анализ статей, отчётов, новостных публикаций и других источников. Этот метод позволил систематизировать информацию и выделить ключевые аспекты развития событийного туризма. Также использовался метод моделирования для формулировки различных моделей событийного туризма. Эти модели представляют собой концептуальные рамки, охватывающие различные аспекты событийного туризма. Моделирование способствовало глубокому пониманию структуры и влияния событийного туризма в конкретном контексте, а также выявлению тенденций и факторов, способствующих его развитию.

Результаты. Изучение событийного туризма необходимо начать с подходов к его определению. В мировой литературе термин «event tourism» используется для обозначения явления, в то время как в русском языке применяются термины «ивент-туризм» или «событийный туризм». Российские исследователи предлагают разнообразные трактовки данного понятия (Рис. 1).

Авторы	Определение
М.Б. Биржаков	Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением [1]
Г.П. Долженю, А.В. Шмыткова	Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием [2]
С.С. Никитина, М.В. Зинченко	Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара [3]
О.В. Алексеева	Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации [4]
Е.А. Лакомов	Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран [5]
Д.В. Артюк, Н.А. Колупанова	Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев общества и формированию положительного имиджа территории [6]
С.В. Булганина, Н.С. Лопаткина	Это направление туризма, в котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным мероприятиям [7]

Рис. 1. Подходы к определению событийного туризма в трудах российских учёных

Анализ указанных подходов позволяет сделать вывод об отсутствии универсального определения событийного туризма, что объясняется непродолжительным периодом его изучения среди российских исследователей, а также многогранностью его состава. Авторы рассматривают событийный туризм либо как вид туристской деятельности, либо как разновидность туризма.

Обобщая различные точки зрения, можно предложить следующее определение: Событийный туризм — это форма культурного туризма, направленная на посещение определённой дестинации в конкретное время, связанное с заметным общественным событием, редким природным явлением или интересным для туриста мероприятием в различных уголках мира.

Рынок событийного туризма обладает уникальными особенностями, которые следует учитывать при организации туристского бизнеса. Этот сегмент подвержен воздействию различных факторов:

- Природно-экологические факторы:
- благоприятный климат и комфортные природные условия
 - чистота и ухоженность территории
 - наличие природных источников для развития событийного туризма
- Социально-экономические факторы:
- уровень жизни основной массы населения
 - свобода и права, позволяющие гражданам свободно передвигаться
 - внешнеэкономические связи государства

Политические факторы:

- политическая стабильность
- мирные отношения между государствами
- наличие межправительственных соглашений в области туризма
- Правительственные меры по поддержке событийного туризма.

Демографические факторы:

- рост населения
- усиление этнических связей и традиций
- приток в туризм молодежи
- тенденция увеличения числа семейных путешествий

Событийный туризм выделяется разнообразием моделей. Приведенные ниже модели служат систематизацией и описанием различных подходов, которые формируют уникальный опыт в участии туристов в событиях:

1. *Рыночная (корпоративная) модель* событийного туризма основана на маркетинговых стратегиях и конкурентоспособности. В этом подходе ключевую роль играют частные компании и организаторы событий, активно участвуя в планировании и продвижении мероприятий. Основной фокус приходится на анализе рыночной привлекательности и максимизации туристского потенциала. Решения принимаются с учётом рыночных ориентиров, и внешняя помощь привлекается по необходимости, обеспечивая конкурентоспособность мероприятий на современном туристском рынке.

2. *Общественная модель* в контексте организации событийного туризма представляет собой стратегический подход, ориентированный на учёт социокультурных и экологических факторов. В этой модели акцент делается на вовлечении общественности, партнёрствах и сотрудничестве для принятия решений относительно портфеля событий и их организации. Решения принимаются с учётом социальных и культурных критериев, а экономические аспекты считаются второстепенными. Максимальное вовлечение участников, постоянные консультации и стремление к консенсусу обеспечивают устойчивое развитие событийного туризма, с учётом интересов общества. [8]

3. В рамках *государственной модели* событийного туризма ключевую роль играют государственные органы, которые централизованно принимают стратегические решения и координируют процессы проведения мероприятий. Эта модель подразумевает сильную поддержку со стороны государства и ориентирована на достижение общегосударственных целей в развитии туризма. Акцент также делается на интеграции событий в национальные стратегии развития.

4. *Кластерная модель* представляет собой инновационный подход, взятый из экономической литературы. Она описывает организацию туристской деятельности через сосредоточение в географическом регионе взаимосвязанных туристских предприятий, поставщиков услуг, учебных учреждений, правительственных структур

и других субъектов. Туристский кластер охватывает и производственные, и информационные аспекты, обеспечивая интегрированное взаимодействие и развитие местного туристского направления [9].

Границы между моделями условны, и на практике они часто взаимопроникают, позволяя лучше учесть разнообразие интересов туристов и местных жителей и способствуя более насыщенному и вдохновляющему взаимодействию в контексте событийного туризма.

Событийный туризм, как важная составляющая туристской индустрии, тесно взаимодействует с креативными кластерами, формируя уникальную среду для развития творческих и культурных инициатив.

В контексте событийного туризма, кластеризация представляет собой объединение творческих и культурных инициатив в определённых областях или районах. Этот процесс не только создает уникальные и интересные места для посещения, но и стимулирует событийный туризм, привлекая внимание туристов к разнообразным мероприятиям.

В России, креативные кластеры, возникшие в начале 2000-х гг., зарекомендовали себя как пространства аккумуляции творческих инициатив и проектов. Разнообразные формы творческих пространств, такие как резиденции, лофты, мастерские и хабы, сосредотачиваются вокруг креативных кластеров [10]. В российской практике существуют следующие подходы к определению понятия креативный (творческий) кластер:

— это совокупность организаций и индивидуумов в определённой географической области, которые работают в сфере культуры, искусства, дизайна и других креативных отраслей. В креативном кластере сосредоточены компании, которые производят и распространяют креативный продукт, а также инфраструктура и ресурсы для создания и распространения этого продукта [11].

— объединение на определённой территории носителей творческой или интеллектуальной инновации, способной приобретать условно вещественную форму [12].

— «технопарк» в сфере креативных индустрий, конвертирующий творческую энергию в работающие бизнесы, увеличивающие вклад таких индустрий в валовый продукт города [13].

В 2019 году Союз креативных кластеров России сформулировал наиболее полное определение креативного кластера: Креативный кластер — территориальная концентрация творческих индустрий и тесно связанных с ними предпринимательской, общественной, образовательной деятельностью, расположенных на площадке единого крупного имущественно-земельного комплекса, на территории которого определена и публично заявлена базовая специализация и созданы условия для междисциплинарного взаимодействия, создания творческих продуктов и капитализации человеческих ресурсов [14]. Под имущественно-земельным комплексом креативного кластера подразумевается ус-

ловно замкнутая территория, объединяющая несколько зданий на едином земельном участке. Эта территория создана с учётом интересов как резидентов, так и посетителей, обеспечивая:

- Физическую инфраструктуру кластера, включающую выставочные залы, коворкинги и общественные пространства.

- Виртуальную инфраструктуру, такую как веб-сайты, социальные сети и другие онлайн-платформы.

- Управление профессиональной управляющей компаний, которая реализует единую политику по подбору резидентов, оказывает рекламную, PR и маркетинговую поддержку кластера и его резидентов, а также регулярно проводит мероприятия с участием резидентов на территории кластера.

Креативные кластеры играют ключевую роль в структуре креативной экономики, обеспечивая среду для развития предпринимательства в области креативных индустрий, стимулируя создание стартапов, реализацию новых творческих проектов и институционализацию креативных инициатив.

Обычно такие пространства специализируются в разных областях. Союз креативных кластеров, выделяя базовые направления специализации, определяет разнообразие областей, таких как музейная и галерейная деятельность, архитектура, дизайн, фотография, издательская сфера, культурно-досуговые направления, исполнительское и изобразительное искусство, создание аудио-визуальных произведений, реклама, мода, народные промыслы и ремесла. Кроме того, пространства могут различаться по другим параметрам. Среди них:

- Бюджетная принадлежность (форма собственности): могут быть частными, государственными или смешанными.

- Формирование контента: включает постоянные экспозиции, событийные мероприятия, пространства для встреч, работы, зоны отдыха и развлечений.

- Типы резидентов: варьируются от выставочных/экспозиционных пространств до площадок для массовых мероприятий, офисов, студий, лабораторий, арт-резиденций,

образовательных хабов и общественных пространств (кафе, кинотеатры, зоны отдыха, коворкинги, магазины).

- Способы финансирования: могут включать бюджетное финансирование (включая программы поддержки и развития культурных инициатив), частное финансирование (в том числе средства постоянных резидентов), смешанное финансирование (государственно-частное партнерство) и краудфандинг.

Креативные кластеры характеризуются своей мультифункциональностью, предоставляя резидентам разнообразные специализированные направления, такие как производство, образование, галереи, офисы и студии. Сопутствующая инфраструктура и общественные пространства обеспечивают комфорт для внутренних и внешних аудиторий. Эти пространства оказывают значительное воздействие на развитие городской среды, формирование городских сообществ, развитие культурных тенденций, и изменение привычек потребления креативных продуктов. Они также содействуют увеличению туристской привлекательности локаций, способствуют развитию событийного туризма, поощряют креативное предпринимательство и стимулируют локальную креативную экономику.

Далее проведём анализ роли событийного туризма в контексте региональной динамики, сосредотачивая внимание на взаимосвязи с креативными кластерами в Республике Татарстан. В ходе исследования 2022 года, с которого начался новый этап в развитии событийного туризма в России, был представлен девятый ежегодный Рейтинг событийного потенциала регионов [15]. Важным событием в лидирующей группе рейтинга стало усиление конкуренции между регионами за места в тройке лидеров. Фактически, тройка превратилась в четверку: Свердловская область и Республика Татарстан сравнялись по количеству баллов и разделили второе место (Рис. 2). Татарстан улучшил свои результаты на позицию. Успех региона обусловлен активными мерами по удержанию и привлечению мероприятий, а также усилиями, направленными на продвижение региона как туристской дестинации на внутреннем и внешнем рынке.

Административный центр	Субъект РФ	Места										
		2022	Динамика	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	
Санкт-Петербург	Санкт-Петербург и ЛО	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	-
Екатеринбург	Свердловская область	2	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Казань	Республика Татарстан	2	+1	3	3	3	3	4	5	5	4	4
Краснодар (+Сочи)	Краснодарский край	3	+2	5	7(4)	7(4)	5(4)	7(3)	4(3)	4(3)	3(1)	-
Калининград	Калининградская область	4	+8	12	6	6	11	8	16	20	-	-
Уфа	Республика Башкортостан	5	+1	6	5	5	6	6	8	11	7	-
Нижний Новгород	Нижегородская область	6	-2	4	11	11	7	5	7	8	-	-
Владивосток	Приморский край	7	-	7	10	10	18	10	6	6	-	-
Мурманск	Мурманская область	8	+2	10	14	14	17	9	12	13	-	-
Самара	Самарская область	9	-	9	9	9	8	16	18	18	12	-
Красноярск	Красноярский край	10	-2	8	8	8	10	21	17	15	-	-
Пермь	Пермский край	11	+6	17	35	35	37	18	19	16	8	-
Кемерово	Кемеровская область	12	-1	11	17	17	23	27	48	37	-	-
Симферополь	Республика Крым	13	+5	18	34	34	26	49	-	-	-	-
Иркутск	Иркутская область	14	+7	21	19	12	12	15	17	8	9	-
Владимир	Владимирская область	15	-	15	20	20	25	30	-	-	-	-
Тюмень	Тюменская область	16	-2	14	25	25	21	13	20	21	13	-
Новосибирск	Новосибирская область	17	+17	34	24	13	14	14	9	-	7	-
Челябинск	Челябинская область	18	+8	26	12	15	20	10	12	-	-	-
Ханты-Мансийск	ХМАО -Югра	19	+5	24	30	29	28	-	-	-	-	-
Великий Новгород	Новгородская область	20	+15	35	21	16	24	24	23	-	21	-

Рис. 2. Топ-20 Рейтинга событийного потенциала регионов России 2022

Государственный Комитет РТ по Туризму ежегодно разрабатывает и публикует событийный календарь, который содержит информацию о различных мероприятиях, включая их название, описание и место проведения. Данный календарь широко доступен на сайте комитета, предоставляя возможность ознакомиться с предстоящими туристическими событиями в регионе. Эта инициатива направлена на участие как местных жителей, так и туристов, способствуя развитию туристической индустрии в Республике Татарстан [16].

На заседании Комитета Республики Татарстан по охране объектов культурного наследия и Государственного комитета Республики Татарстан по туризму были выделены стратегические направления развития туризма на 2023 год. Особое внимание уделено приоритетам, среди которых особо акцентировано развитие событийного туризма. Это подчёркивает не только важность данного сектора в контексте туристической стратегии региона, но и его включение в ключевые аспекты планов на предстоящий год.

В контексте стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года активно укрепляется инфраструктура для творческих индустрий, осуществляемая через инициативу «Креативные индустрии Татарстана» [17]. Проект включает в себя создание бизнес-инкубаторов, образовательных хабов и других платформ для взаимодействия творческих сообществ. Программа также ставит перед собой задачу способствовать активному взаимодействию между предпринимателями в сфере креативных индустрий и государственными органами. Это реализуется через механизмы государственно-частного партнёрства, стимулирование инвестиций и создание благоприятного налогового режима для участников креативных проектов.

В соответствии с исследованием Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, Татарстан занимает пятое место в рейтинге креативных регионов РФ (Рис. 3), пропустив вперёд Москву, Санкт-Петербург, Новосибирскую и Томскую области [18]. Согласно этому списку, развитию креативных индустрий в регионах способствуют наличие крупнейших городов, концентрация студентов ведущих вузов, высокий уровень цифровизации, активная политика органов власти и деятельность креативных кластеров.

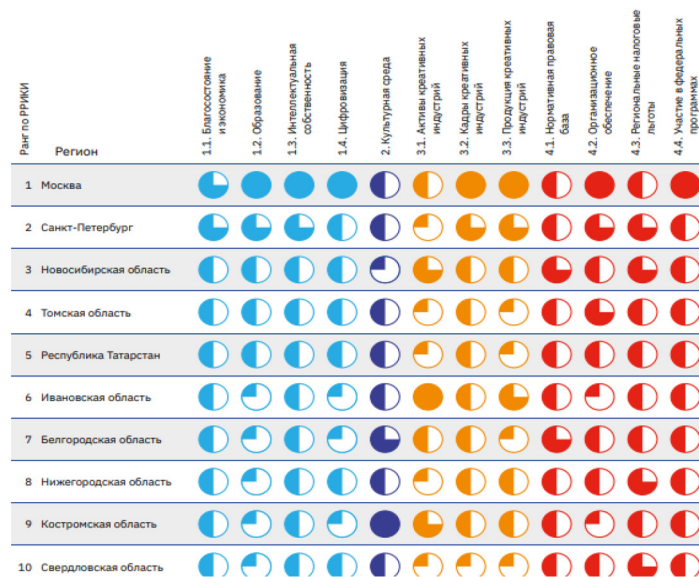


Рис 3. Рейтинг субъектов Российской Федерации по значению регионального индекса креативных индустрий и региональные профили по рубрикам рейтинга: 2023

На основе этого исследования, регионы были разделены на четыре группы с различными паттернами и условиями развития креативных индустрий: «лидеры», «эволюционные», «эффективные» и «догоняющие». Татарстан попал в группу «Лидеры» (Рис. 4). Они показывают наиболее весомые результаты в области креативных индустрий, а также имеют широкий набор предпосылок, благоприятствующих их развитию.

Такие лидирующие регионы характеризуются высоким уровнем урбанизации, вовлечённостью населения в культурную жизнь и цифровизацией. Доля креативных индустрий в общем объеме отгруженной продукции у реги-

онов-лидеров составляет 3,5%, что превышает средний показатель по стране в 1,4%. Размер заработной платы работников креативных индустрий в этих регионах превышает средний размер оплаты труда на 1,3 раза.

Для анализа структуры и работы креативных кластеров в Татарстане рассмотрим уже существующие объекты. В таблице ниже представлены основные характеристики нескольких креативных кластеров в регионе (Рис 5).

Анализ креативных кластеров в Республике Татарстан выявил их значительный социокультурный и экономический вклад в регион. Высокий интерес и активность со стороны общества, отражённые в значительном

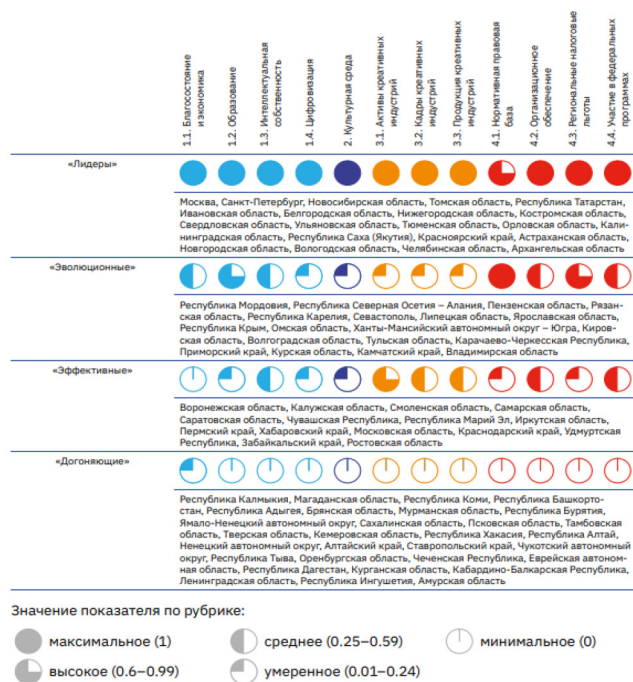


Рис. 4. Профили групп регионов по рубрикам рейтинга: 2023

Наименование объекта	Популярность запроса в Интернете (01.11.22 - 31.10.23)	Достоинства	Недостатки
Центр современной культуры «Смена»	36 233 запросов	Лофт, интерьер, наличие книжного магазина, разнообразие событий	Небольшая площадь
Арт-пространство «Фабрика Алафузова»	24 591 запросов	Креативный лофт, наличие стендап клуба	Опасность участка и загрязненность территории
Культурный центр «Сайдаш»	22 700 запросов	Несколько зон для проведения мероприятий, свежий ремонт, расположение	Ограниченное время доступа к площадкам, узкая направленность, немолодёжная программа
Арт-резиденция «RE'ACTOR»	3 227 запросов	Разнообразие помещений, соседство с парком	Отсутствие актуальной программы, рассчитанной на разные аудитории, большое количество незадействованных площадей

Рис. 5. Обзор креативных кластеров в Республике Татарстан

числе запросов и участии в мероприятиях, свидетельствуют о растущем влиянии кластеров на культурную среду. Разнообразие инициатив, представленных в кластерах, от выставок до лофтов и мастерских, формирует многостороннюю культурную сцену, стимулируя творческое разнообразие.

Тем не менее, выявлены определённые вызовы, такие как ограниченная площадь и узкая направленность некоторых мероприятий. Эти проблемы требуют внимания и дополнительных улучшений для повышения общей эффективности кластеров. Стратегическое развитие креативных кластеров имеет потенциал дополнительно стимулировать культурное разнообразие и сделать регион более привлекательным для туристов и предпринимателей.

В ходе исследования креативных кластеров в Татарстане была проанализирована событийная активность ключевых объектов (Рис. 6).

На основе проведенного анализа событий, организованных креативными кластерами в Татарстане за период с 01.11.22 по 31.10.23 года, выявлены значительные активности в различных сферах. Центр современной культуры «Смена» выделяется такими событиями как: Всероссийский аудиовизуальный фестиваль «Свет и музыка», Зимний книжный фестиваль Смены, показ документального фильма McQueen, фестиваль «Казань Философская».

Арт-пространство «Фабрика Алафузова» также проявило себя в организации разнообразных мероприятий, включая: Экспозицию арт-объектов «Музей странных

Наименование объекта	Общее кол-во событий	Международные события	Всероссийские события	Региональные события	Городские события
Центр современной культуры «Смена»	145	3	12	23	107
Арт-пространство «Фабрика Алафузова»	236	7	29	22	178
Культурный центр «Сайдаш»	138	3	14	19	102
Арт-резиденция «RE»ACTOR»	77	0	4	3	70

Рис. 6. Анализ событийной активности креативных кластеров в Татарстане (01.11.22-31.10.23 гг.)

вещей», фестиваль «ОКОЛО СТЕНДАП» и Кряшенскую вечеринку «Шакмак Дискатук», резидентскую вечеринку «ALFZVsound», Хеллоуин «Ковчег профессора Алафузова».

Культурный центр «Сайдаш» представил широкий спектр событий, таких как: концерт «Джазовый мост от Санкт-Петербурга до Казани», этно-концерт «Магия севера», мероприятие, посвящённое Масленице, очный этап первого городского конкурса «Лучший ведущий — 2023», отчётный концерт детской студии театра танца «Сайдаш».

Арт-резиденция «RE»ACTOR» организовала мероприятия, такие как лекция «Кино, что доктор прописал», танцевальный класс «Нетанцы», «Фестиваль креативных индустрий Город — RE»ACTOR», выставка современного искусства «Окончательно растворив сумасшедшие звезды», мероприятие «Выходной в ДК Химиков» от арт-резиденции RE»ACTOR

Эти события, спроектированные и реализованные креативными кластерами, не только демонстрируют их вклад в культурное обогащение региона, но и подчеркивают важность событийного туризма в структуре креативных индустрий Республики Татарстан.

Анализ второй таблицы, отражающей общее количество и типы проводимых событий креативными кластерами в Республике Татарстан, позволяет выделить важный вклад этих кластеров в развитие событийного туризма в регионе.

Высокое количество событий, проводимых креативными кластерами, создаёт благоприятные условия для привлечения туристов. Наличие международных и всероссийских событий является ключевым фактором, формирующим привлекательность региона для туристов. Эти события привлекают внимание широкой аудитории и способствуют укреплению имиджа Татарстана как культурного и событийного центра.

Более того, разнообразие событий позволяет привлечь туристов с разными предпочтениями. Это важно для создания уникального туристического опыта и расширения потенциала событийного туризма в регионе.

Таким образом, креативные кластеры в Республике Татарстан играют ключевую роль в формировании событийного туризма, обогащая культурную картину региона

и делая его более привлекательным для туристов. Эти кластеры выполняют важную роль в формировании уникальной культурной среды, предоставляя плодотворную почву для разнообразных мероприятий.

Креативные кластеры действуют как катализаторы инновационных идей и творческого взаимодействия, стимулируя участие не только местных жителей, но и привлекая внимание туристов. Их мероприятия обогащают культурный опыт, способствуют обмену идеями и формированию тесных общественных связей. Кластеры, таким образом, выступают важным мостом между местным населением, предпринимателями и туристами, способствуя культурному разнообразию и развитию событийного туризма в регионе.

Исходя из выявленных проблем в работе креативных кластеров в РТ в контексте событийного туризма, предлагаются следующие рекомендации:

1. Диверсификация культурных мероприятий. Отмечено отсутствие ярко выраженных уникальных событий, которые могли бы привлечь внимание разнообразных целевых групп. Кластерам рекомендуется активно внедрять инновационные концепции и тематические исследования, чтобы сделать события более привлекательными для различных категорий посетителей.

2. Сотрудничество с туристическими агентствами. Построение партнёрских отношений с туристическими операторами может значительно расширить охват потенциальной аудитории. Рекомендуется активное вовлечение кластеров в разработку туристических пакетов, включающих участие в мероприятиях, чтобы привлечь новых туристов.

3. Обновление образовательных программ. Периодическое обновление образовательных программ способствует удовлетворению запросов широкой аудитории. Рекомендуется активное взаимодействие с выдающимися лекторами и обновление образовательного контента с учётом современных тенденций.

4. Взаимодействие с местным бизнесом. Сотрудничество с местными предпринимателями может стать двигателем взаимного роста. Рекомендуется активно привлекать местные предприниматели в проекты кластеров и разрабатывать стратегии для взаимодействия.

Литература:

1. Биржаков, М. Б., Воронцова И. В., Метелев Н. И. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — с. 94-111.
2. Долженко, Г. П., Шмыткова А. В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. — 2007. — № 6. — с. 116-119.
3. Никитина, С. С., Зинченко М. В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук», г. Томск, 2012. — с. 81-84.
4. Алексеева, О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук/О. В. Алексеева. — М., 2012. — 24 с.
5. Лакомов, Е. Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук/Е. Ф. Лакомов. — М., 2013. — 28 с.
6. Артюх, Д. В, Колупанова И. А. Событийный туризм в России и за рубежом // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2011. № 7. с. 15-19.
7. Булганина, С. В., Лопаткина Н. С. Событийный туризм: история и перспективы развития // Науковедение. 2015. Т. 7, № 28. с. 6.
8. Давыденко, И. В. Доминанты рынка событийного туризма // Перспективы развития науки в современном мире: материалы междуна. научно-практич. конф. Краков, 2012. с. 97-103.
9. Портер, М. Конкуренция. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — 496 с
10. Атлас креативных кластеров Российской Федерации. URL: [https://ipquorum.ru/upload/Атлас %20КК %202023%20electron %20%283%29-htrpPmYo. pdf](https://ipquorum.ru/upload/Атлас%20КК%202023%20electron%20%283%29-htrpPmYo.pdf) (Дата обращения: 20.11.2023).
11. «Креативные индустрии как фактор развития городской экономики» // Мир новой экономики, 2016, № 4. с. 99-105.
12. Хакимова, Е. Р. Креативный кластер как элемент креативного потенциала территории. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyu-klaster-kak-element-kreativnogo-potentsiala-territorii> (дата обращения: 15.11.2023).
13. Токарев, И., Журавлева Т., Ярмошук Я. Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера// ООО «Агентство развития регионов». 2019. с. 7.
14. Союз Креативных кластеров. URL: <https://www.unitedclusters.ru/> (дата обращения: 18.11.2023).
15. Рейтинг событийного потенциала регионов — 2022. URL: <https://roscongress.org/materials/rejting-sobytiynogo-potentsiala-regionov-2022/> (дата обращения: 20.11.2023).
16. Календарь событий. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/kalendar-sobitij.htm> (дата обращения: 18.11.2023).
17. Стратегии социально-экономического развития РТ до 2030 года. URL: https://mert.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_1766090.pdf (дата обращения: 18.11.2023).
18. Рейтинг креативных регионов России. Научный дайджест. Спецвыпуск № 3. URL: https://www.hse.ru/data/2023/11/14/2106798958/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_3_Creative_Regions_11-2023.pdf (дата обращения: 18.11.2023).

Маркетинг в социальных сетях для бизнеса

Сойунова Бибисара Бахтияровна, студент;
 Шамурадова Дженнет Шамурадовна, студент;
 Йегенмурадова Гюльхатыджа Худайбердиевна, студент
 Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад)

Маркетинг в социальных сетях — это мощный способ для бизнеса любого размера привлечь потенциальных клиентов. Люди находят бренды, узнают о них, следят за ними и делают покупки у них в социальных сетях, поэтому, если вы не пользуетесь такими платформами, как Facebook, Instagram и LinkedIn, вы многое упускаете! Хороший маркетинг в социальных сетях может принести значительный успех вашему бизнесу, создать

преданных сторонников бренда и даже привлечь потенциальных клиентов и увеличить продажи.

Из этого полного руководства по маркетингу в социальных сетях вы узнаете:

— Что такое маркетинг в социальных сетях, с преимуществами, статистикой и советами.

— Как построить стратегию маркетинга в социальных сетях и план ее реализации.

— Семь лучших платформ для маркетинга в социальных сетях и как их использовать

Что такое маркетинг в социальных сетях?

Маркетинг в социальных сетях — это форма цифрового маркетинга, которая использует возможности популярных социальных сетей для достижения ваших целей в области маркетинга и брендинга. Но речь идет не только о создании бизнес-аккаунтов и публикации публикаций, когда вам этого хочется. Маркетинг в социальных сетях требует развивающейся стратегии с измеримыми целями и включает в себя:

- Ведение и оптимизация ваших профилей.
- Публикация фотографий, видео, историй и прямых трансляций, которые представляют ваш бренд и привлекают соответствующую аудиторию.
- Отвечать на комментарии, репосты и лайки, а также следить за своей репутацией.
- Следите за подписчиками, клиентами и влиятельными лицами и взаимодействуйте с ними, чтобы создать сообщество вокруг вашего бренда.

Маркетинг в социальных сетях также включает платную рекламу в социальных сетях, где вы можете заплатить за то, чтобы ваш бизнес появился перед большим количеством целевых пользователей.

Преимущества маркетинга в социальных сетях

Благодаря такому широкому использованию и универсальности социальные сети сегодня являются одним из наиболее эффективных бесплатных каналов маркетинга вашего бизнеса. Вот некоторые конкретные преимущества маркетинга в социальных сетях:

— Гуманизируйте свой бизнес. Социальные сети позволяют вам превратить свой бизнес в активного участника вашего рынка. Ваш профиль, публикации и взаимодействие с пользователями формируют доступную персону, с которой ваша аудитория может ознакомиться, с которой можно связаться и которой можно доверять.

— Привлечение трафика: социальные сети являются основным каналом увеличения трафика на ваш веб-сайт, где вы можете конвертировать посетителей в клиентов, благодаря ссылкам в вашем профиле, ссылкам на сообщения в блогах в ваших сообщениях и вашей рекламе. Кроме того, социальные сигналы являются косвенным SEO-фактором.

— Привлекайте потенциальных клиентов и клиентов. Вы также можете генерировать потенциальных клиентов и конверсии непосредственно на этих платформах с помощью таких функций, как магазины Instagram/Facebook, прямой обмен сообщениями, кнопки призыва к действию в профилях и возможности записи на встречи.

— Повышение узнаваемости бренда. Визуальная природа платформ социальных сетей позволяет вам создать свою визуальную идентичность среди обширной аудитории и повысить узнаваемость бренда. А более высокая узнаваемость бренда означает лучшие результаты всех других ваших кампаний.

— Стройте отношения. Эти платформы открывают как прямые, так и косвенные каналы связи с вашими подписчиками, с помощью которых вы можете общаться, собирать отзывы, проводить дискуссии и напрямую общаться с людьми.

Чем больше и активнее ваша аудитория в социальных сетях, тем легче вам будет достичь своих маркетинговых целей.

Статистика маркетинга в социальных сетях

Что касается вышеперечисленных преимуществ, не верьте нам на слово. Давайте посмотрим на некоторые статистические данные по маркетингу в социальных сетях, которые доказывают его силу:

— Среднестатистический взрослый американец проводит в социальных сетях 2,25 часа каждый день.

— Более 70% людей, имеющих положительный опыт ведения бизнеса в социальных сетях, порекомендуют этот бизнес своим сетям.

— Пользователи Facebook кликают по 12 рекламным объявлениям Facebook в среднем каждый месяц.

— 81% людей используют Instagram для поиска продуктов и услуг.

— Почти 80% пользователей Твиттера относятся к бизнесу более позитивно, когда получают ответ на свой твит.

— 4 из 5 человек в LinkedIn принимают бизнес-решения.

— 46% пользователей TikTok используют приложение, не отвлекаясь ни на что.

Основы успешной стратегии маркетинга в социальных сетях

Успешная стратегия маркетинга в социальных сетях будет выглядеть по-разному для каждого бизнеса, но вот что у них общего:

— **Знание своей аудитории:** какие платформы они используют, когда и почему, какой контент им нравится, на кого еще они подписаны и многое другое.

— **Идентичность бренда:** какое сообщение вы хотите донести до своей аудитории? Что вы хотите, чтобы они чувствовали при просмотре вашего контента?

— **Стратегия контента.** Несмотря на то, что в социальных сетях существует определенный уровень спонтанности, вам понадобится структурированная стратегия контента, чтобы иметь возможность иметь последовательный голос и регулярно создавать качественный контент.

— **Аналитика:** поддающаяся количественному анализу информация будет определять вашу стратегию, в том числе, кого вы охватите, какой контент будет подходящим для публикации, лучшее время для публикации и многое другое.

— **Регулярная деятельность:** Социальные сети — это платформа, работающая в режиме реального времени. Если вы хотите использовать его для развития своего бизнеса, вам необходимо регулярно публиковать сообщения, быть в курсе взаимодействия со своим бизнесом, поддер-

живать связь, идти в ногу с тенденциями и поддерживать точные профили.

— **Входящий подход:** не используйте социальные сети для продвижения своего бизнеса. Сосредоточьтесь на до-

бавлении ценности с помощью полезного и интересного контента и укреплении отношений с окружающими. Это, в свою очередь, будет органично продвигать ваш бизнес, а другие будут продвигать его за вас.

Литература:

1. <https://sendpulse.com/>
2. <https://www.marketch.ru/>
3. <https://netpeak.net/>
4. <https://serpstat.com/>

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Методы расчета и хранения технологических параметров модели выращивания в свиноводческих хозяйствах

Менхузина Екатерина Алексеевна, студент магистратуры
Научный руководитель: Юдахина Ольга Борисовна, кандидат экономических наук, доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Сельское хозяйство, в частности свиноводство, является ключевым сегментом продовольственной отрасли, где повышение эффективности производства становится приоритетом. В данной статье рассматриваются существующие методы расчета и хранения технологических параметров в моделях выращивания свиней, а также выявляются преимущества и недостатки при их реализации. Это исследование подчеркивает актуальность и необходимость интеграции передовых технологий и стандартов для создания более эффективных и устойчивых систем управления в свиноводстве, что имеет важное значение для обеспечения продовольственной безопасности и устойчивого развития отрасли.

Ключевые слова: свиноводство, модель выращивания, технологические параметры, метод расчета, производство.

Свиноводство занимает особое место в сельском хозяйстве, поэтому повышение эффективности производства становится неотъемлемой частью стратегии устойчивого развития. Однако существующие методы расчета и хранения технологических параметров в моделях выращивания свиней сталкиваются с рядом существенных проблем, замедляющих достижение высоких результатов.

Цель настоящего исследования заключается в анализе существующих методов расчета и хранения модели выращивания в свиноводстве, их элементов и проблем, с которыми сталкиваются существующие методы. Мы стремимся выявить узкие места в этих методах и предложить решение, направленное на создание метода расчета и хранения технологических параметров модели выращивания в свиноводстве с более высокой эффективностью и устойчивостью. Наша задача — предоставить рекомендации для улучшения систем управления в свиноводстве, обеспечивая тем самым повышение производственных показателей и снижение затрат.

Расчет технологических параметров в свиноводстве представляет собой ключевой этап для оптимизации процессов выращивания свиней. Один из перспективных методов расчета — использование математических моделей и алгоритмов.

Применение математических моделей включает в себя анализ факторов, влияющих на рост и развитие свиней, таких как кормление, условия содержания, заболеваемость и другие — набор факторов может зависеть от потребностей предприятия или метода расчета. Эти модели могут быть основаны на статистических данных, а также

использовать методы машинного обучения для более точного предсказания результатов.

Эффективное управление свиноводческим хозяйством также требует надежной системы хранения данных. Существует несколько методов хранения, включая централизованные базы данных, облачные хранилища и локальные системы хранения. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и выбор определенной системы зависит от масштаба хозяйства, доступности ресурсов и требований к безопасности данных.

На сегодняшний день существует не так много методов расчета и хранения технологических параметров модели выращивания свиней. Сравнительный анализ нескольких методов позволит выявить их недостатки и преимущества, чтобы в последующем предложить наилучший метод для расчета и хранения модели.

Одним из методов является математическое моделирование бесстрессового способа содержания свиней, созданный учеными ГНУ СЗНИИМЭСХ и СПбГАУ Калягой В. В., Базыкиным В. И. и Приваловым М. Н.

Математический метод моделирования бесстрессового способа выращивания свиней представляет собой систематический подход, использующий математические уравнения и модели для количественной оценки влияния различных факторов на уровень стресса и обеспечение оптимальных условий для животных. В модели разрабатываются уравнения, описывающие физиологические параметры свиней, такие как: уровень активности, частота дыхания, пульс и другие показатели. Эти уравнения учитывают влияние

стресса на физиологические процессы. Также модель используется для оценки воздействия конфигурации загонов и организации пространства на уровень комфорта и стресса у свиней. Это может включать в себя учет плотности посадки животных, распределение площадей для отдыха и игр. Все эти показатели позволяют рассчитать оптимальные сроки содержания свиней на каждом участке выращивания: на участке поросят-сосунов, на дорастивании и на откорме. Оптимизация сроков и перегруппировки свиней с участка на участок позволяет снизить падеж на 2%, а также увеличить продуктивность животных за счет снижения уровня стресса, который замедляет рост [2, с. 20-21].

Плюсом математического моделирования бесстрессового способа содержания свиней является то, что метод предоставляет возможность провести количественную оценку воздействия различных факторов на уровень стресса у свиней, что способствует более точному пониманию и оптимизации условий выращивания.

Однако при этом у модели есть и два существенных минуса:

1. Упрощение реальности — всегда существует риск упрощения реальных условий и потребностей свиней в математических моделях, что может снизить точность прогнозов.

2. Требуется качественная информация — для создания точных математических моделей требуется высококачественная информация о физиологии и поведении свиней, что может быть вызовом в практических условиях [5]. Эмоциональные состояния свиней часто сложно количественно измерить, и, следовательно, они могут быть недостаточно учтены в математических моделях.

Другой метод расчета технологических параметров модели выращивания основан на параметрах оптимизации рационов кормления свиней. Метод является результатом работы множества исследователей и специалистов в различных странах и временных периодах.

Так как в структуре свинины затраты на корма составляют более 65%, правильная организация технологических процессов кормления с применением сбалансированных кормов, удовлетворяющих потребности всех возрастных групп свиней, является одним из главных резервов снижения издержек свиноводческих комплексов [3].

Метод моделирования оптимизации рационов кормления на всех этапах выращивания свиней — это систематический подход, использующий математические модели для определения наилучших комбинаций кормовых компонентов и их дозировок, обеспечивающих оптимальные условия питания свиней с целью максимизации производительности и здоровья животных.

На первом этапе собираются данные о физиологических характеристиках свиней, их весе, возрасте, уровне активности, состоянии здоровья, а также об анализе состава имеющихся кормов. Далее создается математическая модель, учитывающая питательные потребности свиней в различных фазах их жизни. Эта модель может включать в себя уравнения, описывающие потребность

в энергии, белках, витаминах и минералах в зависимости от физиологического состояния животных.

Также для модели задаются целевые параметры оптимизации, такие как максимизация прироста веса, эффективности превращения корма в массу тела, минимизация затрат на кормление, или достижение определенных показателей качества мяса. Последним этапом учитываются ограничения наличия определенных кормовых компонентов и их стоимость — это важно для создания практически реализуемого рациона, соответствующего бюджету свиноводческого предприятия.

После внедрения оптимизированного рациона проводится мониторинг показателей производительности свиней, стоимости кормления и других ключевых факторов для оценки эффективности и коррекции модели при необходимости.

Ключевым преимуществом этой модели является то, что она позволяет достичь максимальной производительности и эффективности использования кормов на всех этапах выращивания, что позволит снизить затраты предприятия [4, с. 223]. Но даже при этом модель может быть недостаточно адаптирована к изменениям в условиях выращивания или изменениям в составе доступных кормов.

Метод расчета технологических параметров модели выращивания на основе метода BLUP был разработан ФГБНУ ВНИИ совместно с ООО «Селиком» (г. Рязань). Метод BLUP (Best Linear Unbiased Prediction) представляет собой статистический метод, используемый в анализе данных для оценки генетических и окружающих эффектов на различные характеристики в животноводстве, включая параметры выращивания.

Сначала проводится сбор данных о различных генетических линиях свиней, их производителях и потомстве. Эти данные могут включать в себя информацию о росте, весе, плодовитости и других ключевых параметрах. На основе собранных данных строится линейная модель, учитывающая влияние генетических и окружающих факторов на технологические параметры. Модель может включать в себя генетические эффекты, эффекты окружающей среды, а также случайные эффекты [6, с. 272].

Применяется метод BLUP для оценки значений генетических эффектов для каждого индивида в выборке. Эти оценки учитывают как сам генотип животного, так и генетические влияния родителей.

Полученные оценки генетических эффектов затем интегрируются в модель выращивания. Они могут использоваться для прогнозирования потенциальных технологических параметров, таких как скорость роста, конверсия корма, уровень заболеваемости и другие.

Метод позволяет учесть генетические факторы, что важно для эффективной оптимизации параметров выращивания, однако применение метода требует определенного уровня статистической экспертизы, что может ограничивать его использование без подготовленных специалистов [7, с. 358].

Последний метод, который мы рассмотрим — это метод расчета технологических параметров модели выращи-

вания свиней, основанный на системах управления и автоматизированных контрольных технологиях. Он представляет собой инновационный подход к оптимизации условий содержания, кормления и управления здоровьем свиней. Методы включает в себя использование систем автоматизированного контроля, таких как системы RFID (радиочастотная идентификация) и IoT (интернет вещей), для сбора данных в реальном времени о состоянии свиней, их окружении и потреблении корма. Это позволяет более точно регулировать условия выращивания.

Использование точных дозаторов и системы распределения кормов позволяет точно рассчитывать и распределять рационы кормления для каждого индивида или группы свиней. Это особенно важно в условиях многогруппового содержания, где разные группы могут иметь разные потребности в питательных веществах.

Датчики здоровья и системы видеонаблюдения следят за состоянием здоровья свиней и их поведением. Датчики температуры, влажности, а также камеры видеонаблюдения помогают оперативно выявлять признаки болезней, стресса или других проблем.

Система учета и аналитики позволяют автоматизировано собирать и обрабатывать данные о производственной деятельности. Это включает в себя учет расхода кормов, медицинских мероприятий, роста и веса свиней. В итоге данные со всех устройств на каждом участке выращивания стекаются в одно хранилище. Аналитические инструменты помогают выявлять тренды и оптимизировать производственные процессы.

Плюс метода заключатся в том, что, благодаря использованию автоматизированных контрольных технологий можно анализировать параметры свиней на каждом участке дорастивания и оперативно реагировать на изменение показателей. Но пока данный метод в силу своей новизны не отработан должным образом — нет определенного списка показателей модели выращивания, на которых можно сделать акцент, а также внедрение этого метода на предприятии может требовать больших инвестиций при низком уровне гарантий получения желаемого результата [1, с. 416].

Обобщив результаты анализа и выявив основные тенденции, можно заключить, что эффективное управление свиноводческим хозяйством требует гибкости и интеграции различных методов. Разработка индивидуального подхода к выбору методов, основанного на конкретных потребностях, является ключевым фактором для повышения эффективности производства.

Основываясь на вышеприведённом анализе методов можно сказать, что для создания адекватной и эффективной модели выращивания в свиноводстве необходимо учесть все выявленные положительные моменты методов и исключить все недостатки.

Эффективный метод должен давать возможность автоматического расчета и хранения технологических параметров при заданных производственных показателях по многоплодию, эффективности осеменения, плотности

посадки, сохранности, санитарным разрывам (на участках выращивания) и другим входным параметрам, которые необходимы предприятию для контроля.

Для корректной работы модели на первом этапе реализации необходимо собрать источники данных для всех показателей, участвующих в модели выращивания. Все показатели модели можно разделить на входные параметры, выходные параметры и ограничения.

Входные параметры — параметры, которая модель будет принимать на вход для расчета оптимальных параметров на выход. Параметрами на вход могут быть: факт приплода, дни содержания на участке, среднесуточный привес, отход на участках, доля поросят в ремонтное стадо и другие показатели, которые необходимы конкретному предприятию для корректного расчета.

Ограничения — параметры, которые будут отграничивать модель для более точного ее построения. Это могут быть: максимальное количество животных, содержащихся на участке опороса, количество станков и других мест содержания поросят и минимальный и максимальный возраст на участках.

Параметры на выход — параметры, которые будут рассчитываться моделью для производства оптимального количества мяса при наименьших затратах. Параметрами на выход могут быть: валовое производство привеса, количество животных, поступивших с предыдущего участка выращивания, потребление кормов по видам и т. п.

Следующий этап реализации модели — подготовка детальных данных модели («витрина») — т.е. данные должны собираться в заданном хранилище для дальнейшего их использования.

Конечная реализация модели расчета и хранения может быть основана в любой учетной системе, которая используется предприятием. Все описанные этапы позволяют использовать сценарное моделирование для процесса выращивания в свиноводстве.

Система, основанная на комбинации элементов рассмотренных методов расчета и хранения технологических параметров в свиноводстве, позволит:

- автоматизировать расчет технологии для бюджетного планирования на предприятии;
- обеспечивать сценарное моделирование технологии выращивания;
- исключить ошибки и ручной труд, делать своевременную корректировку бюджета, исключать непредвиденные затраты;
- дать вариативность выбора технологии для формирования оптимального сценария выращивания поголовья (минимизация издержек).

Проведенный анализ различных методов расчета и хранения технологических параметров в свиноводстве позволяет сделать выводы о их эффективности в различных условиях. Важно подчеркнуть, что нет универсального решения, и выбор метода должен быть адаптирован к конкретным потребностям и ресурсам свиноводческого хозяйства.

Литература:

1. Бекенев, В. А. Технология разведения и содержания свиней. — СПб.: Лань, 2012.
2. Вагин, Б. И., Калюга В. В. Обоснование нового способа содержания свиней // Юбилейный сборник трудов СПбГАУ — СПб., 2012.
3. Гауптман, Я. Этология сельскохозяйственных животных. — М.: Колос, 1997.
4. Калашников, А. П. Нормы и рационы кормления сельскохозяйственных животных: справочное пособие. — М., 2003.
5. Калюга, В. В. Повышение эффективности производства свинины в условиях Нечерноземной зоны России за счет совершенствования существующих и разработки новых технологий и технических средств./Диссертация в виде научного доклада на соискание степени доктора техн. наук. — СПб, 1998.
6. Кильчевский, А. В, Смиряев А. В. Генетика популяций и количественных признаков. — М.: Колос, 2007.
7. Кузнецов, В. М. Методы племенной оценки животных с введением в теорию BLUP. — Киров: Зональный НИИСХ Северо-Востока, 2003.

Оценка развития отрасли растениеводства в Пермском крае

Таирова Эльвира Мунировна, студент магистратуры

Научный руководитель: Яркова Татьяна Михайловна, доктор экономических наук, профессор
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье автор исследует состояние отрасли растениеводства в Пермском крае и тенденции его дальнейшего развития.

Ключевые слова: растениеводство, эффективность, урожайность.

Исследование показывает, что «зеленая» экономика все больше становится стратегическим фактором развития мировой экономики, особенно, в сфере обеспечения населения качественным продовольствием.

«Зеленая экономика» стимулирует развитие регионов, способствует социальной стабильности и повышение экономического потенциала [3, с. 17]. В связи с чем становится крайне актуальным вопрос развития отрасли растениеводства.

В Пермском крае возделывают на полях зерновые культуры — рожь, пшеницу, ячмень, овес, просо и гречиху; овощные культуры — капусту, морковь, свеклу, огурцы

и др.; кормовые культуры — клевер, вику, горох, турнепс, кормовую свеклу и др.; технические культуры — лен, картофель.

Ведущее место в полеводстве занимают зерновые культуры. Они являются базой для развития других отраслей сельского хозяйства и промышленности.

Среди зерновых культур первое место по посевам в крае занимает озимая рожь. Ее возделывают на севере, в центральных и южных районах.

В таблице 1 представлен валовой сбор сельскохозяйственных культур по Пермскому краю

Таблица 1. Валовой сбор основных сельскохозяйственных культур по Пермскому краю (в хозяйствах всех категорий; тысяч тонн)

Наименование	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Темп прироста %
Зерно (в весе после доработки)	303,6	246,9	354,1	371,2	299,8	356,7	257,9	444,9	46,5
пшеница	122,0	93,3	138,4	148,1	123,5	149,0	109,7	192,8	58,0
рожь озимая	21,4	15,9	18,5	20,5	13,5	14,3	19,1	23,8	11,2
ячмень яровой	86,7	75,9	94,7	98,0	85,2	105,8	76,3	128,5	48,2
овёс	64,5	55,8	92,7	91,9	73,0	80,4	49,5	89,5	38,8
Картофель	302,0	264,0	201,9	276,0	239,5	261,8	286,3	250,3	-17,1
Овощи	137,1	136,1	138,1	147,0	137,4	140,4	130,1	119,5	-12,8

По итогам анализа таблицы 1, можно прийти к выводу, что валовой сбор зерна за период исследования значительно вырос — на 46,5% с 303,6 тыс. тонн в 2015 г. до 444,9 тыс. тонн в 2022 г. При этом каловой сбор картофеля, снизился на 17,1%, если в 2015 г. его объемы были сопоста-

вимы с объемом по зерну, то в 2022 г. объем сбора картофеля составил только 250,3 тыс. тонн.

Валовой сбор овощей также на протяжении исследуемого периода сокращался, в итоге он снизился на 12,8% и составил в 2022 г. только 119,5 тыс. тонн.

Таблица 2. Структура валового сбора зерна, тыс. тонн

Наименование	2015	Доля, %	2022	Доля, %	Изменение доли, %
Зерно (в весе после доработки)	303,6	100,0	444,9	100,0	0,0
пшеница	122	40,2	192,8	43,3	3,2
рожь озимая	21,4	7,0	23,8	5,3	-1,7
ячмень яровой	86,7	28,6	128,5	28,9	0,3
овёс	64,5	21,2	89,5	20,1	-1,1

На основе таблицы 2, можно прийти к выводу, что существенных изменений в структуре валового сбора

зерна практически не изменилась, что видно на рисунке 1.

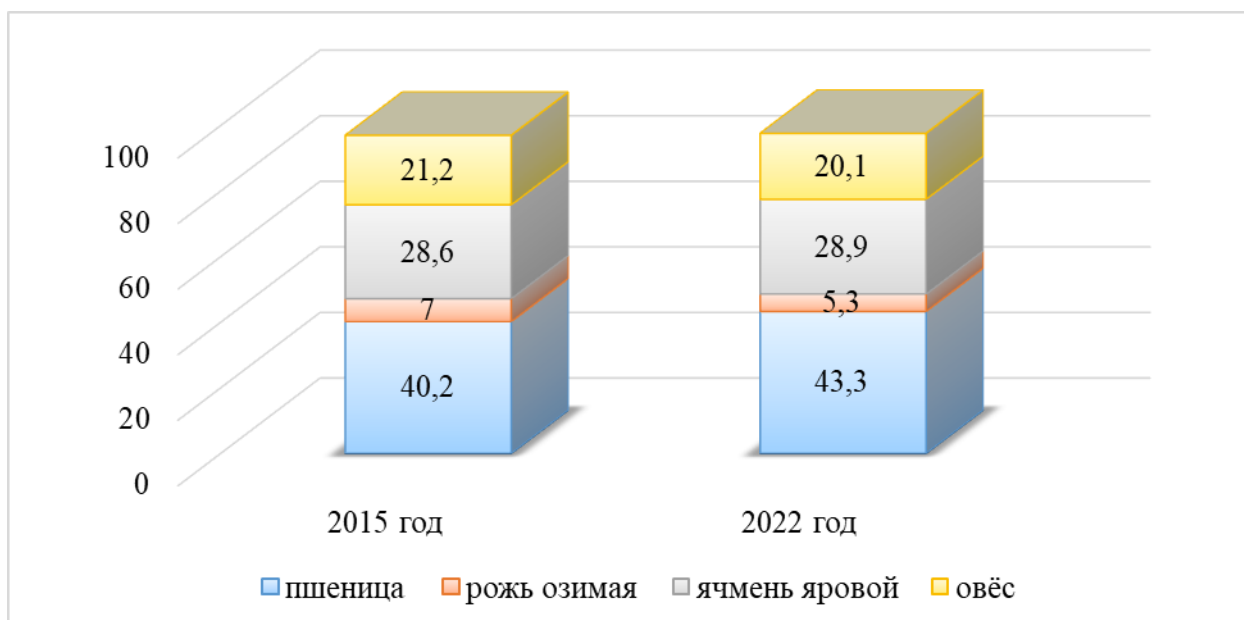


Рис. 1. Структура валового сбора зерна, %

Преобладает в валовом сборе зерна — пшеница, ее доля несколько выросла с 40,2% в 2015 г. до 43,3% в 2022 г.

Далее рассмотрим урожайность (таблица 3).

Таблица 3. Урожайность основных сельскохозяйственных культур по Пермскому краю (в хозяйствах всех категорий; центнеров с гектара убранный площади)

Наименование	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Темп прироста, %
Зерновые и зернобобовые культуры (в весе после доработки)	13,8	11,8	15,2	15,8	14,7	15,4	12,1	19,3	39,9
из них пшеница	13,3	10,6	14,7	15,4	13,6	15,4	11,4	19,0	42,9
Картофель	129,7	123,5	106,3	140,3	131,5	141,7	159,4	139,7	7,7
Овощи	270,3	274,5	292,8	308,0	284,9	290,6	284,5	231,7	-14,3

Анализируя данные таблицы 3, можно прийти к выводу, что урожайность зерновых и зернобобовых достаточно существенно выросло, что в целом и привело к увеличению валового сбора по ним.

По картофелю урожайность увеличилась всего на 7,7%.

Что же касается овощей, то тут можно наблюдать достаточно сильное снижение их урожайности, которое составило 14,3%, что также и привело к снижению валового сбора по ним.

Но поскольку валовой сбор зависит не только от урожайности, но и от посевных площадей, то необходимо рассмотреть и их динамику (таблица 4).

Таблица 4. Посевные площади сельскохозяйственных культур по Пермскому краю (в хозяйствах всех категорий; тысяч гектаров)

Наименование	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Темп прироста %
Вся посевная площадь	734,9	742,2	753,6	754,5	739,5	733,3	722,6	705,4	-4,0
Зерновые и зернобобовые культуры	248,5	247,5	250,4	236,9	231,0	231,1	238,9	230,9	-7,1
Технические культуры	4,7	4,0	2,2	2,6	3,1	3,1	3,6	4,7	0,0
Картофель и овощебахчевые культуры	29,9	26,9	24,8	24,7	24,7	23,3	22,4	22,2	-25,8
Кормовые культуры	451,8	463,8	476,2	490,4	480,7	475,7	457,8	447,5	-1,0

Анализируя таблицу 4, можно сделать вывод, что посевные площади по всем культурам снижается. Наибольшее падение наблюдается по картофелю и овощебахчевым культурам — 25,8%. В результате чего, несмотря на рост урожайности по картофелю, наблюдается сокращение валового сбора по нему.

Большая часть посевных площадей в Пермском крае занята зерновыми и зернобобовыми культурами. В совокупности с ростом урожайности по ним, наблюдается достаточно сильный прирост валового сбора.

Далее проанализируем обеспеченность тракторами и комбайнами (таблица 5).

Таблица 5. Обеспеченность сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами по Пермскому краю на конец года

Наименование	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Темп прироста %
Приходится тракторов на 1000 га пашни, шт.	6	6	5	5	5	6	3	-50,0
Нагрузка пашни на один трактор, га	177	180	184	187	183	179	332	87,6
Приходится комбайнов на 1000 га посевов (посадки) соответствующих культур, шт.:								
зерноуборочных	3	3	3	3	3	3	3	0,0
картофелеуборочных	13	11	12	11	11	10	11	-15,4
Приходится посевов (посадки) соответствующих культур на один комбайн, га:								
зерноуборочный	326	344	334	341	337	343	346	6,1
картофелеуборочный	76	88	85	93	91	99	93	22,4

Подводя итог, можно прийти к выводу, что за счет сокращения тракторов на 1000 Га пашни, наблюдается нагрузка пашни на один трактор, которая увеличилась на 87,6%, что приводит к быстрому изнашиванию техники.

Таким образом, можно подвести итог, на протяжении периода исследования с 2015 г. до 2022 г. наблюдается увеличение валового сбора по зерну, но сокращение его по картофелю и овощам. При этом, урожайность по зерну и картофелю растет, а по овощам падает. И на протя-

жении всего периода исследования наблюдается посевные площади в Пермском крае сокращаются.

В качестве рекомендаций по повышению эффективности отрасли растениеводства в Пермском крае можно предложить следующее:

1. Вертикальное сельское хозяйство в помещении:
 - Гидропоника — это садовая практика, при которой растения выращиваются в воде и питательных растворах.
 - Аэропоника подвешивает корни сельскохозяйственных культур в воздухе, а излучатели периодически опрыскивают их водой и питательными веществами.

2. Лазерные пугала. Первые испытания лазерных отпугивателей показали, что эти устройства могут минимизировать ущерб урожаю, сокращая популяцию птиц вокруг сельскохозяйственных угодий на 70-90%.

3. Автоматизация. Сокращение рабочего времени, более высокая урожайность и эффективное использование ресурсов способствуют широкомасштабному внедрению этой технологии.

4. Технология кинематики реального времени (RTK). Технология RTK может обеспечить точность на уровне сантиметра, что позволяет фермерам точно отображать свои поля и постоянно удерживать транспортные средства на одной полосе движения.

Литература:

1. Официальный сайт «Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю». — Режим доступа: [<https://59.rosstat.gov.ru>]
2. Сайт «Наш Пермский край». — Режим доступа: [<https://gnilomedova.59313s016.edusite.ru/p1aa1.html>]
3. Roiss, O. Innovative reclaim un provision of plant production/O. Roiss // Irrigated Agriculture. 2022. № 4. с. 17-21
4. Инновации в сельском хозяйстве: 10 технологических тенденций, за которыми стоит следить в 2023 году. — Режим доступа: [<https://masschallenge.org/articles/agriculture-innovation>]

СОЦИОЛОГИЯ

Анализ проблемы сексизма в Японии

Джиоев Батраз Александрович, студент
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

В статье автор приводит различные сферы общества, в которых японские женщины подвергаются сексизму.

Ключевые слова: сексизм, Япония, права женщин, домашнее насилие, трудовое неравенство.

Сексизм в японском обществе представляет собой сложный и актуальный вопрос, который оказывает воздействие на различные сферы жизни, начиная от трудовых отношений и заканчивая образованием и медиа. В ходе исторического развития страны, культурные аспекты и традиционные стереотипы о ролях полов оказали значительное влияние на формирование образа женщины и мужчины. В настоящее время, несмотря на некоторые положительные сдвиги, проблемы с сексизмом продолжают существовать, вызывая обсуждения и необходимость в системных изменениях для достижения более равноправного общества. В данной статье мы рассмотрим различные аспекты сексизма в Японии, анализируя исторические корни, современные вызовы и усилия, направленные на преодоление этого явления.

Начнём с неравенства в трудовых отношениях в Японии. Исследование и обсуждение неравенства между мужчинами и женщинами в трудовых отношениях в Японии представляет собой важный аспект современной японской социокультурной динамики. Неравенство в оплате труда и ограниченные возможности карьерного роста для женщин сталкиваются с вызовами, и, хотя наблюдается некоторый прогресс, проблемы продолжают существовать.

Одной из основных причин неравенства в оплате труда в Японии является стеклянный потолок — система, которая представляет собой невидимые барьеры, препятствующие женщинам продвигаться на вершину иерархической лестницы в корпоративном мире. Даже если женщины начинают свою карьеру на одном уровне с мужчинами, они часто сталкиваются с трудностями в продвижении, встречаясь с дискриминацией и стереотипами о женщинах в роли лидера [WEF Summary, 2020].

Исследования, проведенные организацией World Economic Forum, включая Gender Gap Report, подчеркивают проблемы неравенства в оплате труда в Японии. В отчете 2020 года Япония заняла 120-е место среди 156

стран по индексу гендерного разрыва, что свидетельствует о существенных неравенствах в сфере занятости, доступе к образованию и здравоохранению между мужчинами и женщинами. Особенно заметным является разрыв в области экономического участия и возможностей для женщин [WEF Summary, 2020].

Одним из ключевых факторов является отсутствие гибких рабочих условий, таких как возможность совмещения семейной и профессиональной жизни. Япония имеет долгую историю культурных и социальных ожиданий, связанных с ролями мужчин и женщин, что может приводить к давлению на женщин, чтобы оставаться в домашней сфере и уделять больше внимания семье.

Организации и общественные группы в Японии начинают признавать необходимость перемен и предпринимают шаги для борьбы с этими проблемами. Например, растёт интерес к внедрению более гибких рабочих условий, а также кампании, направленные на изменение восприятия ролей полов в обществе.

Однако, несмотря на эти усилия, изменение в системе требует времени и широкой социокультурной трансформации. Эффективные меры должны включать в себя образование и просвещение, направленные на изменение стереотипов, а также изменение законодательства и корпоративных практик.

Неравенство в трудовых отношениях в Японии остаётся сложной и актуальной проблемой, требующей комплексного подхода для достижения полной равноправности между мужчинами и женщинами. Следует продолжать мониторинг исследований, уделять внимание изменениям в законодательстве и практиках компаний, а также поддерживать усилия, направленные на изменение общественного мнения и стереотипов [Giustini, D, 2019].

Сексизм наблюдается также в образе женщины, к примеру, в рекламе. Образ женщины в медиа и рекламе в Японии отражает сложные социокультурные динамики,

которые часто подчеркивают традиционные стереотипы гендерных ролей. Хотя современное японское общество сталкивается с вызовами трансформации этих представлений, некоторые аспекты сохраняются.

1. Стандарты красоты и идеалы женственности: Японская реклама и медиа часто подчеркивают традиционные стандарты красоты, представляя женщин в качестве изящных, подчеркнуто женственных и мягких. Эти стандарты могут создавать давление на женщин, чтобы соответствовать идеализированным представлениям о внешности.

2. Реклама в сфере красоты и моды: Продукция, связанная с косметикой, модой и уходом за собой, часто использует образы женщин, чтобы продвигать свои товары. Оттапливающие гладкие и безупречные образы могут создавать иллюзию, что эти стандарты красоты являются нормой.

3. Подчеркивание роли женщины в семье: Некоторые рекламные кампании подчеркивают традиционные роли женщины в семье, представляя их в роли заботливых матерей и идеальных домохозяек. Это отражает культурные ожидания и может усиливать стереотипы о том, что основной целью женщины должна быть забота о домашних обязанностях.

4. Поддержка стереотипов о «кавай» (милом) и «сильном» образе: В японской культуре существует традиция «кавай» — образа милой и невинной девушки. С другой стороны, недавние рекламные кампании также стремятся представить «сильные» и независимые стороны женщин. Однако, в некоторых случаях, это может быть более популистским трендом, чем реальным изменением восприятия женщин в обществе.

5. Медийные персоны и телевизионные программы: Женщины в японских медийных персонах и телевизионных программах также подвергаются стереотипизации. Их роли могут ограничиваться стандартами красоты и ожиданиями в поведении [Giustini, D].

Одной из главных проблем в Японии является домашнее насилие. Вопросы семейных отношений, традиционные роли полов и социокультурные аспекты могут оказывать влияние на восприятие и распространение домашнего насилия в японском обществе.

1. Распространенность и степень осведомленности: Домашнее насилие долгое время оставалось скрытым явлением в Японии из-за социокультурных норм и табу. Вплоть до недавнего времени многие случаи домашнего насилия оставались незарегистрированными из-за страха, стыда и отсутствия осведомленности о существующих законах и ресурсах.

2. Культурные факторы: Традиционные представления о семье и роли мужчин и женщин в ней могут оказывать влияние на динамику в отношениях. Процветающая культура «семейного хранителя» может иногда способствовать недостатку осознания проблемы домашнего насилия и препятствовать жертвам в поиске помощи.

3. Законодательство: Япония внесла изменения в свое законодательство, чтобы бороться с домашним насилием. В 2001 году был принят «Закон о предотвращении домашнего насилия». Однако, вопреки принятым мерам, проблемы с реализацией и эффективностью законодательства остаются.

4. Недостаток поддержки и ресурсов: Отсутствие доступных ресурсов и поддержки для жертв домашнего насилия в Японии также является проблемой. Организации, занимающиеся поддержкой жертв, сталкиваются с ограниченными средствами, а услуги, такие как приюты для пострадавших, могут быть недостаточными.

5. Изменение общественного мнения: Несмотря на вызовы, есть положительные сдвиги в общественном мнении. В последние годы в Японии происходит увеличение осведомленности о проблеме домашнего насилия, и общество начинает осознавать важность поддержки жертв и предотвращения этого явления.

Помимо вышесказанного, сексизм в Японии является также результатом культурного развития страны. Культурные аспекты, связанные с сексизмом в Японии, часто оказывают влияние на образы и роли мужчин и женщин в обществе. Эти аспекты коренятся в древних традициях и социокультурных стереотипах, которые продолжают существовать, несмотря на современные изменения и социальные движения.

1. Роль ожидания: Традиционные роли полов в японском обществе закреплены в культуре. С древних времен существует представление о «*gyosai kenbo*» — идеале идеальной японской женщины, сочетающей в себе качества хорошей хозяйки и мудрой матери. Эти стереотипы оказывают воздействие на ожидания по поводу карьеры, семейной жизни и общественного поведения [Gauder, 2015].

2. Язык и коммуникация: Язык и формы общения в Японии также могут отражать сексизм. Например, вежливые формы обращения могут варьироваться в зависимости от пола, и иногда существует более подчеркнуто вежливое общение с женщинами, что может усиливать неравенство в общении.

3. Карьерные ограничения: Женщины в Японии часто сталкиваются с «стеклянным потолком» в мире труда. Они могут сталкиваться с ограниченными возможностями профессионального роста из-за существующих предрассудков и стереотипов.

4. Медиа и развлекательная индустрия: Культурные аспекты сексизма также проявляются в японском медийном контенте, включая телевидение, кино и мангу. Женские персонажи в развлекательной индустрии могут часто быть представлены в гендерно стереотипных ролях, что может влиять на общественное восприятие.

5. Феномен «кавай» (милый): Япония известна своей культурой «кавай» — привлекательного, милого стиля. В этой культуре женщины иногда представляются в виде беспомощных и невинных созданий, что может поддер-

живать стереотипы и ограничивать их образ [Gauder, 2015].

В заключение, проблема сексизма в Японии требует неотложного внимания и действий. Несмотря на культурные традиции, современное общество стремится к изменениям и поддержке равенства полов. Важно продол-

жать освещать этот вопрос, повышать осведомленность и поддерживать усилия, направленные на создание более справедливого и инклюзивного общества, где каждый человек может раскрыть свой потенциал вне зависимости от половой принадлежности.

Литература:

1. World Economic Forum 2020 Summary — https://www3.weforum.org/docs/WEF_GFC_Japan_ENG_2020.pdf
2. Giustini, D. & Matanle, P. (2019) Revisiting the First and Second Sexism in Japan, The Newsletter, International Institute of Asian Studies, Leiden University, 6 March, 82: 14. Online. Available at: <https://www.iias.asia/the-newsletter/article/revisiting-first-second-sexism-japan>.
3. Gauder, Alisa. 2015. «Quota Nonadoption in Japan: The Role of the Women's Movement and the Opposition.» *Politics & Gender* 11
4. Министерство Труда Японии — <https://www.mhlw.go.jp/index.html>

ПСИХОЛОГИЯ

Особенности детско-родительских отношений в семьях, воспитывающих детей дошкольного возраста, как фактор психологического благополучия

Байдикова Евгения Андреевна, методист;
Касторных Екатерина Андреевна, методист
Белгородский институт развития образования

В данной статье рассматриваются особенности детско-родительских отношений, которые могут оказывать влияние на психологического благополучие, в целом. Рассматриваются подходы к изучению детско-родительских отношений, а также их типология.

Ключевые слова: детско-родительские отношения, типы детско-родительских отношений, психологическое благополучие.

Features of children-parent relations in families raising preschool children as a factor of psychological well-being

Baydikova Evgeniya Andreevna, methodologist;
Kastornykh Ekaterina Andreevna, methodologist
Belgorod Institute of Education Development

This article examines the features of parent-child relationships that can have an impact on psychological well-being in general. Approaches to the study of parent-child relationships, as well as their typology, are considered.

Keywords: child-parent relationships, types of child-parent relationships, psychological well-being.

Актуальность исследования. Традиционно признается, как в отечественной, так и зарубежной психологии, особое значение детско-родительских отношений и семейной среды в психической развитии ребенка.

С первых дней жизни ребенка социальная среда представлена ему как система семейного взаимодействия. Родители ребенка являются на первых порах единственными носителями социальных отношений и единственным опосредующим все эти связи ребенка с миром звеном. Дошкольное детство — значимый этап в жизни ребенка. Данный возраст является прямым продолжением раннего детства в плане общей сензитивности, в этот период дошкольник овладевает социальным пространством человеческих отношений [2].

Одной из важнейших особенностей и необходимых компетенций данного возрастного периода является, непосредственно, общение, одна из ведущих деятельности ребенка. Данная деятельность основывается, исходя из личностной мотивации, которая направляет детей к общению.

Оно имеет самостоятельное значение для ребенка и не является аспектом его сотрудничества со взрослыми [1].

В цикле исследований Д. Баумринд рассматривает связь черт характера ребенка с факторами родительского контроля и эмоциональной близости. На основе своих наблюдений исследователь выделала различные типы детско-родительских отношений, которым соответствуют особенности детей.

На данный момент вопрос формирования и развития коммуникативной успешности у детей дошкольного возраста достаточно мало изучен и рассмотрен. Достаточно быстрый темп жизни, высокая занятость родителей, значимая эмоциональная напряженность, повышенный интерес к сетевым играм и гаджетам приводят к существенному сокращению общения родителей и детей, нарушению гармонизации в детско-родительских отношениях, серьезным нарушениям в коммуникациях со сверстниками и взрослыми. Многие дошкольники в рамках игровой деятельности не умеют согласовывать свои действия с пар-

тнером, сочувствовать и сопереживать, выражать свою симпатию или выстраивать контакт.

По нашему мнению, данная тема не получила необходимой практической разработанности и собственной самостоятельной освещенности, что привлекло наше внимание к теме данного исследования.

Цель исследования: изучить структурные и типологические особенности детско-родительских отношений в семьях, воспитывающих детей дошкольного возраста с разным уровнем коммуникативной успешности.

Задачи исследования:

1. Определить степень разработанности проблемы особенностей детско-родительских отношений и уточнить содержание понятий «детско-родительские отношения», «типы детско-родительских отношений», «коммуникативная успешность»;
2. Выявить основные подходы к изучению проблемы стратегий детско-родительских отношений и коммуникативной успешности;
3. Проанализировать и описать типологию детско-родительских отношений;
4. Определить роль детско-родительских отношений в формировании коммуникативной успешности;
5. Подобрать методический инструментарий, соответствующий цели исследования;
6. Выявить различия в выбранных типах детско-родительских отношений в семьях, воспитывающих детей дошкольного возраста с разным уровнем коммуникативной успешности.
7. Выявить как коммуникативная успешность зависит от выбранных типов детско-родительских отношений в семьях, воспитывающих детей дошкольного возраста.

Материалы и методы: для решения поставленных задач и проверки гипотез был использован комплекс взаимодополняющих методов исследования: теоретические (сравнительно-сопоставительный, теоретическое моделирование); организационные методы (сравнительный).

Результаты и их обсуждение: на основе полученных результатов, установив между ними корреляционные связи, мы сделали вывод, что типы детско-родительских отношений «кооперация», «принятие», «маленький неудачник» и «авторитарная гиперсоциализация», а так же такие эмоциональные стороны родительских отношений, как способность воспринимать состояние ребенка, понимать причины его состояния, принятие себя в каче-

стве родителей, эмпатия, позиция родителей, способность оказывать эмоциональную поддержку ребенку, умение воздействовать на его состояние, его психологическое благополучие, оказывают огромное влияние на коммуникативную успешность ребёнка дошкольного возраста. Кроме этого, нами было установлено, что при низком уровне развития таких типов взаимодействия ребёнка-родитель, как: «принятие», «кооперация» и «симбиоз» и при среднем уровне развития стилей «авторитарная гиперсоциализация» и «маленький неудачник» — у ребенка наблюдается низкий уровень коммуникативной успешности. Дети с низким уровнем коммуникативной успешности робки, неуверенны в себе, испытывают трудности в общении со сверстниками, их игровая деятельность в основном носит одиночный характер. При среднем или низком уровне развития стилей «принятие», «авторитарная гиперсоциализация» и «маленький неудачник», среднем или высоком уровне развития стиля «кооперация», среднем уровне развития стиля «симбиоз» — у детей наблюдается средний уровень коммуникативной успешности. Дети со средним уровнем коммуникативной успешности стремятся к общению со сверстниками, однако их успешному общению мешают препятствия в виде критического отношения к результатам общения, неспособности ориентироваться в ситуации общения. При среднем уровне развития стилей «принятие» и «симбиоз», среднем или высоком уровне развития стиля «кооперация», среднем или низком уровне развития стилей «авторитарная гиперсоциализация» и «маленький неудачник» — у детей наблюдается высокий уровень коммуникативной успешности. Дети с высоким уровнем коммуникативной успешности уверены в себе, умеют взаимодействовать со сверстниками, ответственны. Следует заметить, что при среднем и высоком уровнях коммуникативной успешности уровни развития стилей родительского отношения практически одинаковы. Следовательно, останется ребенок на среднем уровне коммуникативной успешности или сможет перейти ее на высокий уровень, зависит от индивидуальных особенностей ребенка.

Выводы. Таким образом, результаты исследования помогли выявить влияние специфики взаимоотношений в семье на коммуникативную успешность старших дошкольников, что свидетельствует о связи между типами детско-родительских отношений и психологического благополучия.

Литература:

1. Абакирова, Т. П. Влияние фактора родительских отношений на формирование коммуникативных свойств личности // Становление личности на современном этапе. — Бийск, 2021.
2. Рузская, А. Г. Влияние эмоционального контакта с взрослыми на появление первых слов у детей конца первого-начала второго года жизни. // В кн.: Общение и его влияние на развитие психики дошкольника. // Под ред. Лисиной М. И. М., 2023.

Личностные особенности осужденных к лишению свободы женщин с детьми

Голова Нина Сергеевна, студент магистратуры
Самарский государственный социально-педагогический университет

Актуальность статьи обусловлена нерешенностью вопроса изучения личностных особенностей женщин, осужденных к лишению свободы. В статье приведены результаты исследования личностных особенностей осужденных женщин, имеющих детей при исправительном учреждении. Делается акцент на анализе личностных характеристик осужденных к лишению свободы женщин, таких как степень развития самооценки, эмоциональной устойчивости, нормативности поведения, уверенности в себе и степень развития самоконтроля.

Ключевые слова: осужденные женщины, лишение свободы, материнские установки, личностные особенности.

Одной из важнейших целей в работе с осужденными в период отбывания наказания является организация процесса ресоциализации осужденных. Особое внимание при организации и проведении этого процесса следует уделять наиболее социально уязвимой категории осужденных. К такой категории относятся отбывающие уголовные наказания женщины, имеющие детей.

Недостаточно исследованы личностные особенности осужденных. Наиболее актуальны эти исследования в отношении женщин, осужденных к лишению свободы.

Во всем мире преступность стремительно растет. Что касается женской преступности, то она снизилась за последние годы незначительно. На 2018 год, по данным Росстат, количество женщин, осужденных и находящихся в местах лишения свободы, составляет 35,5 тыс. человек. В то же время «женская преступность может быть показателем нравственного здоровья общества, его духовности, отношения к базовым общечеловеческим ценностям» [1].

Поэтапное осуществление работы по исправлению и подготовке осужденных к лишению свободы женщин с детьми к семейной жизни и осуществлению материнских функций на свободе — это комплексная задача. Решить эту комплексную задачу можно только объединив усилия специалистов соответствующего профиля, представляющая собой группу социально-психологической помощи осужденным [3].

По мнению Е. В. Батищевой, с целью сохранения социально полезных связей осужденных женщин со своими детьми, было бы целесообразно обеспечить отбывание ими, особенно несовершеннолетними, наказания в исправительном учреждении по месту жительства. Предполагается, что именно такая практика исполнения уголовных наказаний будет способствовать наименьшему отрыву осужденных женщин от семей, родственников, привычного уклада жизни, позволит укреплять необходимые для успешной ресоциализации связи с трудовыми коллективами, общественными и религиозными организациями [1].

Цель — исследовать личностные особенности женщин, осужденных к лишению свободы, имеющих детей в исправительном учреждении.

Объект — личностная сфера женщин, осужденных к лишению свободы.

Предмет — личностные особенности женщин, осужденных к лишению свободы, имеющие детей в исправительном учреждении.

Гипотеза исследования: у осужденных к лишению свободы женщин имеются личностные особенности в отношениях с их детьми.

Методика исследования

Эмпирическое исследование проводилось на базе женской исправительной колонии общего режима. Испытуемыми являлись 40 осужденных к лишению свободы женщин, в возрасте от 20 до 35 лет, отбывающие наказание за свершение преступлений одинаковой тяжести по ст. 228 УК РФ, за незаконное приобретение, хранение и распространение наркотических веществ. Все осужденные женщины имеют детей до 3-х лет.

В данной работе использовались диагностические методики: методика диагностики социально-психологической адаптации К. Роджерса и Р. Даймонда; 16-ти факторный личностный опросник Кеттелла, опросник родительского отношения А. Я. Варга, В. В. Столина, авторская анкета для выявления родительских установок.

Результаты исследования

1. Результаты исследования с использованием методики диагностики социально-психологической адаптации К. Роджерса и Р. Даймонда представлены на рисунке 1.

Полученные данные демонстрируют, что высокие показатели адаптации выявлены у 25% женщин. Это достаточно зрелые личности и от них можно ожидать адекватного поведения. Они адаптированы к требованиям общества в соответствии со своими мотивами и интересами. 30% обнаружили незрелость личности. Они являются дезадаптированными и у них возможны некоторые невротические проявления. Шкала принятия других выступает как уровень потребности личности в общении, потребности во взаимодействии с другими. Высокий уровень выявлен этой потребности у 25% испытуемых. Потребность во взаимодействии низкого уровня выявлена у 45%. У остальных испытуемых эта потребность на среднем уровне проявлений.

Самовосприятие, выступающее как степень полного принятия себя, степень удовлетворенности своими личностными характеристиками высокого уровня выявилось только у 15%. У 35% самовосприятие амбивалентное,

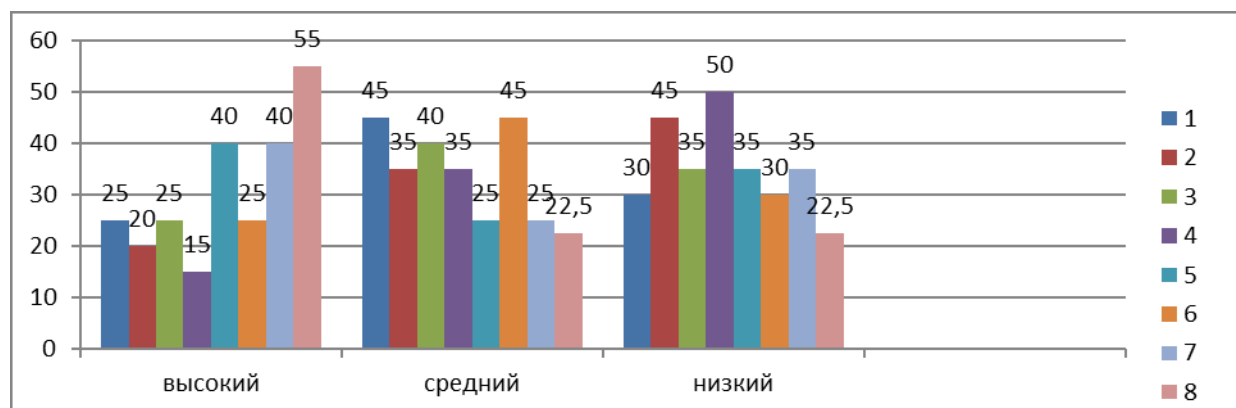


Рис. 1. Уровни развития показателей социально-психологической адаптации

они допускают в себе и позитивные и негативные свойства. Эмоциональный дискомфорт выявился у 27,5 испытуемых. Они переживают неопределенность в эмоциональном отношении, неуверенность и подавленность. Стремление к доминированию и стремление к лидерству, руководству в решении своих задач высокого уровня выявился у 40% испытуемых. Ведомость и высокий уровень стремления быть подчиненным и ведомым выявился у 40% испытуемых. Они предпочитают выполнять задачи, поставленные другими, более доминирующими. Эскапизм высокого уровня и стремление уйти от проблем выявился у 55% испытуемых. Для них же свойственны низкий уровень стремления к доминированию и ведомость.

Таким образом, по итогам этого теста можно констатировать, что адаптация в основном среднего и низкого уровня в целом по группе испытуемых. Высокие значения выявлены у большей части испытуемых по показателю эскапизма — стремления уйти от проблем. Низкими являются у большинства испытуемых также и показатели принятия других.

2. Результаты исследования личностного развития матерей осужденных к лишению свободы женщин с применением 16-ти факторного теста Кеттелла представлены в таблице 1.

Таблица 1. Средние значения показателей по факторам личностного развития

Уровни развития	Показатели по факторам Кеттелла (%)				
	Само-оценка МД	Эмоц. устойчивость Е	Норматив. поведения G	Уверенность в себе O	Самоконтроль Q3
Высокий	25%	22,5%	22,5%	40%	27,7%
Средний	20%	37,5%	22,5%	25%	40%
Низкий	55%	40%	55%	35%	32,5%

Отметим, что самооценка у осужденных матерей в одинаковой мере высокого — у 25% и среднего — у 20% и низкого уровня она у 55%. Достаточно хорошую эмоциональную устойчивость показали 22,5% испытуемых, среднего уровня — у 37,5% испытуемых. Неустойчивыми являются 40% испытуемых, что является весьма неблагоприятным показателем для общения этих испытуемых с детьми. Нормативность поведения выявлена высокого уровня у 22,5%

и у 22,5% она среднего уровня. Высокую уверенность в себе показали 27,7% испытуемых, у 40% она среднего уровня и у 35% она низкого уровня. Высокий самоконтроль выявлен только у 27,7% испытуемых, средний уровень выявлен у 40% и низкий уровень — у 32,5% испытуемых.

3. Средние значения выявленных показателей диагностики родительского отношения по методике А. Я. Варги и В. В. Столина представлены в таблице 2.

Таблица 2. Средние значения показателей шкал родительского отношения

Уровни	Шкалы (%)				
	Принятие	Кооперация	Симбиоз	Гипер-социализация	Инфантилизация
высокий	25%	27,5%	37,5%	42,5%	25%
средний	35%	40%	30%	35%	35%
низкий	40%	42,5%	32,5%	22,5%	40%

Из представленных в таблице данных мы видим, что: по шкале «принятия» 25% матерей принимают своих детей такими, какие они есть, уважают индивидуальность ребенка, одобряют его интересы и планы; низкие оценки принятия в полных семьях не выявлены. 40% женщин-матерей показали по этой шкале отвержение своих детей. Они считают их плохими, неприспособленными, испытывают к детям злость, досаду, раздражение и скорее всего по причине своего эмоционального неблагополучия и самообвинений. По шкале «симбиоз» и по шкале «инфантилизация» у родителей высокий уровень выявлен у 37,5% матерей, и средний уровень — у 30%. Это неблагоприятно тем, что родители, стремясь к симбиотическим отношениям, и доминируя над ними, приписывают им социальную несостоятельность. Ребенок представляется им неприспо-

бленным, открытым для дурных влияний. Низкий уровень по шкале «симбиоз» выявлен у 32,5% матерей.

По шкале «Авторитарная гиперсоциализация» высокие оценки выявлены у 42,8% матерей. В этом случае они воспринимают своих детей как неудачливых. Ребенок вызывает у них досаду и раздражение. Они требуют от ребенка беспрекословного послушания, дисциплины.

Таким образом, результаты этой методики показали наличие проблем у 40% испытуемых со шкалой «принятие», они склонны к отвержению ребенка, не склонны проявлять кооперацию и придерживаются стиля гиперсоциализации в воспитании ребенка.

4. Опрос испытуемых женщин на выявление их родительских установок по отношению к воспитанию и своему ребенку представлены на рисунке 2.

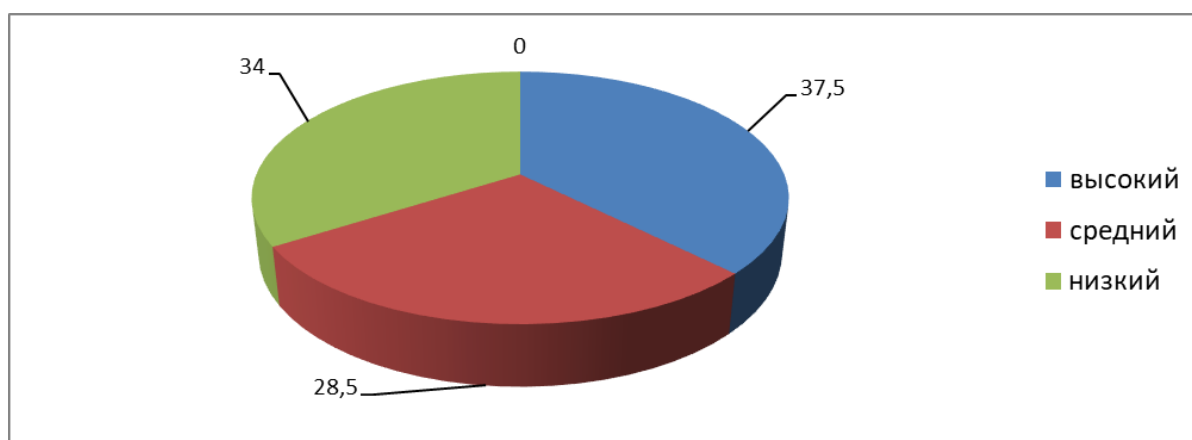


Рис. 2. Показатели негативных установок матерей по отношению к детям

Представленные данные показывают, что достаточно большое количество матерей настроены по отношению к своим детям негативно и руководствуются в воспитании своих детей негативными установками.

Выводы

Итак, по результатам проведенных диагностических методик, можно отметить, что практически у половины этой выборки испытуемых выявлена адаптация в основном среднего и низкого уровня. Высокие значения выявлены у большей части испытуемых по показателю эксапизма — стремления уйти от проблем, низкими являются у большинства испытуемых показатели принятия других. В личностном плане у трети испытуемых выявлено наличие проблем с эмоциональной устойчивостью, нормативностью поведения уверенностью

в себе и самоконтролем некоторой части осужденных женщин. Результаты исследования родительского отношения показали наличие проблем у 40% испытуемых матерей со шкалой «принятие», они склонны к отвержению ребенка, не склонны проявлять кооперацию и придерживаются стиля гиперсоциализации в воспитании ребенка. В плане установок по отношению к детям, выявилось, что 37,5% матерей руководствуются в воспитании своих детей негативными установками.

Таким образом, в личностном плане мы видим у трети испытуемых наличие проблем у испытуемых с эмоциональной устойчивостью, нормативностью поведения, уверенностью в себе и самоконтролем некоторой части осужденных женщин.

Литература:

1. Батищева, Е.В. Роль и основные направления социальной работы с женщинами, находящимися в местах лишения свободы // Вестник Владимирского юридического института. — 2007. — № 4 (5). — с. 46-47.
2. Варга, Д. Радости родительских забот. М.: Прогресс, 1983. 220 с.
3. Ежова, О. Проблема ресоциализации осужденных женщин // Ведомости уголовно-исполнительной системы. — 2009. — № 11. с. 10-15.
4. Заурова, Э.В. Пенитенциарная педагогика: учебное пособие. Вологда, 2013. 127 с.

5. Пирожков, В. Ф. Криминальная психология. — М., 2019. 280 с.
6. Ратникова, Н. Д., Ковтуненко, Л. В. Ресоциализация осужденных женщин в России на основе международного опыта II Ведомости уголовно-исполнительной системы. — 2012. № 5. — с. 12-17.

Связь уровня эмпатии личности и стратегий поведения в конфликте

Гурьева Олеся Алексеевна, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Тертова Анна Анатольевна, педагог-психолог

МБДОУ детский сад комбинированного вида № 86 «Радость» г. Белгорода

Научный руководитель: Великанова Александра Сергеевна, кандидат психологических наук, доцент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье автор исследует связь уровня эмпатии личности со стратегиями поведения в конфликте.

Ключевые слова: эмпатия, личность, стратегии поведения, конфликт.

Впервые термин «эмпатия» был разработан и введен в психологическую науку ученым Э. Титченером, который учитывал при этом точку зрения Т. Липпса относительно механизма вчувствования в другого индивида. Переведя на другие европейские языки, понятие получило большое количество формулировок, растеряв определенную индивидуальность.

Знаменитый ученый К. Роджерс предусматривает, что пребывать в состоянии эмпатии означает осознать переживания, чувства, эмоции собеседника точно, но без отсутствия окраса «как будто», при этом в случае потери данного оттенка, будет иметь место заражение эмоцией переживаниями другого индивида.

Исследователь В. Бойко полагал, что эмпатия характеризуется как определенный тип оптимально-эмоционального отображения собеседника на интуитивной основе.

Как считает исследователь К. Роджерс, самыми существенными профессиональными качествами психолога можно назвать наличие конгруэнтности, способность в прямых контактах с подопечным быть правдивым, без всякой фальши, проявление готовности к пониманию эмоций, переживаний собеседника. В качестве этого понимается, что эмоции, переживания, перенесенные психотерапевтом, позволяют ему понять природу, особенности этих чувств и оповестить о них своему собеседнику.

Эмпатия как важнейшая профессиональная способность позволяет нейтрализовать конфликтные ситуации.

В качестве конфликта понимается определенный ответный ход индивидов, некоторая реакция на имеющиеся барьеры, поставленные перед сотрудничеством между индивидами, не отвечающих предпочтениям, некоторая реакция на фактическую несовместимость определенных стандартов психологических типов, существенных отличий в культурном развитии, имеющихся нуждах и запросах.

Можно определить два важнейших аспекта его развития:

— конфликт как противодействие всегда проявляется на базе противоречащих друг другу мотивов, либо аргументов. Именно столкновение подобных мотивов, точек зрения выступает в качестве важнейшего условия формирования и развития конфликта;

— конфликт практически всегда, в формальном понимании характеризуется как социально — психологическое столкновение субъектов (участников), в результате чего сторонами причиняется взаимный существенный вред (при этом он может относиться к таким формам, как моральный, имущественный либо материальный, физический, то есть реальный, психоэмоциональный).

Выделяют три основных модели конфликтного поведения участников (сторон), при этом выделяют конструктивную (созидательную), деструктивную (разрушительную), а также конформистскую (комбинированную) модели.

С целью выяснения способностей к эмпатии во время конфликтной ситуации, а также выбора определенной линии конфликтного поведения были задействованы такие методики:

— анализ поведения индивида в конфликтной среде (проведено тестирование по методу К. Томаса).

Данная методика, разработанная еще в 1973 году Томасом К. Н., дает возможность определить специфику поведения того или иного индивида в конфликтной среде, а также движимые им мотивы.

Исследователь Томас К. акцентировал внимание на таких моментах исследования конфликтной ситуации:

— возможные схемы (типы) конфликтного поведения, свойственные индивидам;

— какие эмоции в конфликтной ситуации преобладают — созидательные либо разрушительные;

— какими способами можно способствовать (мотивировать) переход к конструктивной форме поведения.

Итак, определяя характер взаимодействия между развитием эмпатии и формой поведения в конфликтной среде можно прийти к следующим выводам: в большинстве случаев избирается такая линия поведения как избегание. Низкая степень развития эмпатии оказывает влияние на выбор доминирования, тем самым снижая вероятность выбора компромиссного поведения, а также поведения в форме избегания и приспособления.

Итак, уровень эмпатии личности играет важную роль в определении того, как человек ведет себя в кон-

фликтной ситуации. Люди с высоким уровнем эмпатии обычно более чувствительны к эмоциям и потребностям других, что может привести к выбору стратегий разрешения конфликта, которые учитывают чувства и потребности всех сторон. Это может включать в себя сотрудничество, поиск компромиссов или даже уступки, чтобы помочь снизить напряженность и улучшить отношения. Однако, люди с низким уровнем эмпатии могут быть менее склонны к таким стратегиям, предпочитая более агрессивные или сопернические подходы к разрешению конфликта.

Литература:

1. Анцупов, А. Я. Конфликтология [Текст]: учебник для вузов/А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. — М.: Юнити, 2019. — 551 с.
2. Белкин, А. С. Педагогическая конфликтология [Текст]: учеб. пособие/А. С. Белкин, В. Д. Жаворонков, И. С. Зимица. — Екатеринбург: «ГЛАГОЛЬ», 2019. — 96 с.
3. Большая советская энциклопедия [Текст]/под ред. А. М. Прохоров. — М.: Сов. энциклопедия, 2019. — 214 с.
4. Бородин, Ф. М. Внимание: конфликт! [Текст]: учеб. пособие/Ф. М. Бородин, Н. М. Коряк. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 2020. — 189 с.
5. Ворожейкин, И. Н. Конфликтология [Текст]: учебник/И. Н. Ворожейкин, А. Я. Кибанова, Д. К. Захаров. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 240 с.
6. Волков, Б. З. Возрастная психология [Текст]: учеб. пособие для студ. вузов/Б. З. Волков. — М.: Владос, 2019. — 343 с.
7. Галагузов, М. А. Социальная педагогика. Курс лекций [Текст]: учеб. пособие для студентов высш. учеб. завед./М. А. Галагузова. — М.: Владос, 2020. — 416 с.
8. Голованова, Н. Ф. Социализация и воспитание ребёнка [Текст]/Н. Ф. Голованова. — СПб.: Речь, 2019. — 272 с.
9. Глоссарий [Электронный ресурс]: терминологический словарь./ — Режим доступа: <http://www.glossary.ru>
10. Давыдов, В. В. Проблемы развивающего обучения [Текст]/В. В. Давыдов. — М.: ИНТОР, 2018. — 544 с.
11. Дубровина, И. В. Возрастная и педагогическая психология [Текст]: Хрестоматия. Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. завед./И. В. Дубровина. — М.: Академия, 2020. — 368 с.
12. Журавлев, В. И. Основы педагогической конфликтологии [Текст]/В. И. Журавлев. — М.: Российское педагогическое агентство, 2019. — 184 с.
13. Казанская, В. Г. Подросток. Трудности взросления [Текст]: книга для психологов, педагогов, родителей/В. Г. Казанская. — СПб.: Питер, 2020. — 240 с.
14. Карташев, С. Н. Конфликтология: теория и практика конфликтов [Текст]/С. Н. Карташев. — Кишинев, 2019. — 92 с.
15. Козер, Л. Основы конфликтологии [Текст]/Л. Козер. — СПб.: Светлячок, 2019. — 98 с.

Особенности эмоционального выгорания у медицинских работников

Ковалева Екатерина Владимировна, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Отношение людей к работе меняется в современном обществе. Они становятся неуверенными в стабильности своего материального и социального положения, а также в наличии гарантированного рабочего места. Конкуренция за престижные и высокооплачиваемые работы усиливается, при этом происходит сужение специализации в профессии и глобализация смежных отраслей.

Запросы рынка труда быстро меняются, а рейтинг социально значимых профессий, таких как медицинские работники, учителя и ученые, снижается. Это приводит к росту психического и эмоционального напряжения на рабочем месте.

Эмоциональное выгорание является механизмом психологической защиты, при котором личность полностью

или частично исключает эмоции в ответ на психотравмирующие воздействия. Согласно МКБ-11, эмоциональное выгорание признано заболеванием. Понятие эмоционального выгорания было введено в психологию более 40 лет назад американским психиатром Фрейденом и описывает нарастающее эмоциональное истощение [9].

Эмоциональное выгорание было предметом изучения ученых: разработана концепция эмоционального выгорания и инструменты его изучения (Маслач), концепция «профессионального выжигания» (Маслач, Джексон), описал выгорание на рабочем месте (Лейтер), модель эмоционального выгорания, основанная на трех уровнях: индивидуальном, межличностном, организационном (Бернарджо), теория «умерших» клеток (Фредриксон), модель дисбаланса между энергией и выполненной работой (Грюнерт, Хейлброн)

В. В. Бойко выделил фазы эмоционального выгорания, характеризующиеся рядом признаков:

1. Напряжение. На этой стадии обычно происходит повышенное эмоциональное и физическое напряжение. Человек начинает испытывать усталость, раздражительность, недосыпание и сниженную концентрацию. Он может также столкнуться с проблемами адаптации к работе или личным отношениям.

2. Резистенция. На этом этапе человек начинает проявлять симптомы выгорания, такие как эмоциональная и физическая истощенность, чувство бессилия, апатия, пессимизм и снижение производительности. Он может чувствовать физическую боль, постоянное чувство усталости и избегать межличностных контактов.

3. Истощение. На данной стадии эмоционального выгорания организм человека находится в состоянии крайней усталости и истощения. Он выпадает из состо-

яния психологического равновесия и становится более подверженным стрессу и психическим расстройствам [5].

Для того, чтобы изучить специфику эмоционального выгорания среди медицинских работников, было проведено исследование. Мы предполагали, что эмоциональное выгорание у медицинского персонала проявляется через определенные особенности, такие как недовольство собой и профессией, негативные эмоции в отношении себя, разочарование, тревога, депрессия, умеренность в выражении эмоций, равнодушие, бесчувственность, бестактность, невзвозность, цинизм, огорчение, резкость и появление антигуманистических настроений [3].

С использованием методики «Диагностика эмоционального выгорания» (В. В. Бойко) были определены степень развития синдрома эмоционального выгорания и основные симптомы этого состояния у медсестер в ходе их профессиональной деятельности. Предварительно были выделены три группы испытуемых (по 10 человек в каждой группе) в зависимости от уровня развития эмоционального выгорания:

- 1) группа без эмоционального выгорания,
- 2) группа с начальными проявлениями эмоционального выгорания,
- 3) группа с установившимся эмоциональным выгоранием.

Результаты исследования по методике «Диагностика эмоционального выгорания» В. В. Бойко представлены на рисунках (1.1;1.2;1.3)

В группе медицинских работников, у которых было обнаружено эмоциональное выгорание, было выявлено, что в фазе напряжения наиболее ярко выражен симптом, который можно охарактеризовать как неудовлетворенность собой (рис. 1) [7].



Рис. 1. Выраженность фазы «Напряжения» (ср. балл)

В резистенции фазы, главными симптомами являются «извращенное и выборочное эмоциональное реагирование», «снижение профессиональных обязанностей», ко-

торые можно рассматривать как стратегии психологической самозащиты (рис. 2).



Рис. 2. Выраженность фазы «Резистентность» (ср. балл)

В фазе истощения основным проявлением являются симптомы, такие как недостаток эмоций и отсутствие интереса к окружающей среде, что является отражением состояния нервной системы (рис. 3.).



Рис. 3. Выраженность фазы «Истощение» (ср. балл)

Таким образом, в результате изучения эмоционального выгорания исследования были выделены три группы медицинских работников по уровню сформированности эмоционального выгорания:

- 1) с отсутствием эмоционального выгорания;
- 2) с формирующимся эмоциональным выгоранием;

3) со сформировавшимся эмоциональным выгоранием.

Также была проанализирована группа медицинских работников со сформировавшимся эмоциональным выгоранием по типу темперамента.

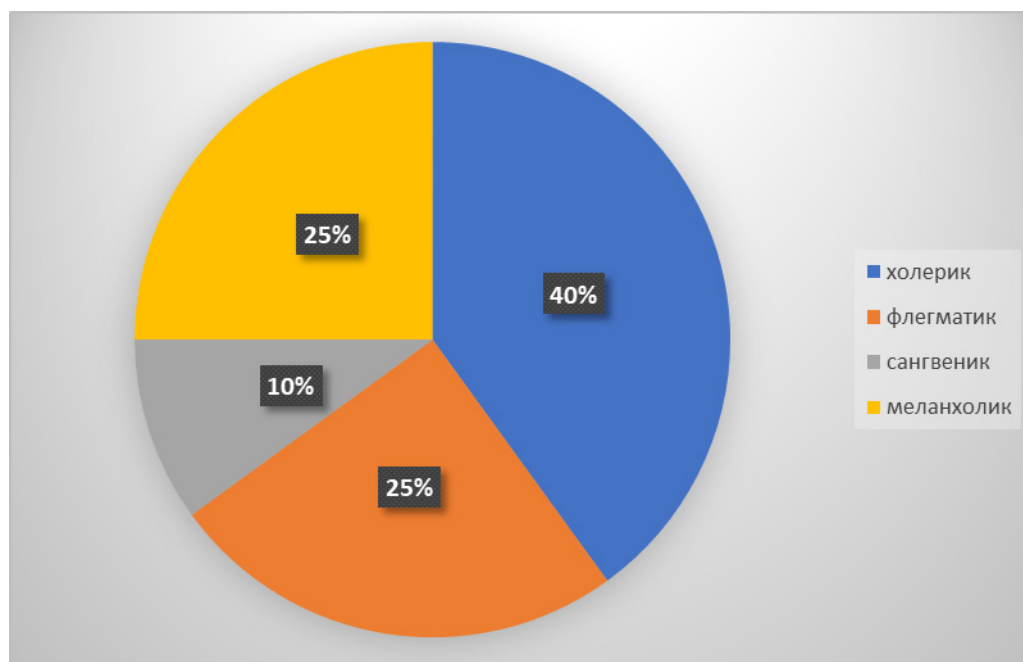


Рис. 4.

Ведущий тип темперамента в группе медицинских работников со сформировавшимся эмоциональным выгоранием — холерик.

Люди с холерическим типом темперамента обычно проявляют яркость эмоций, быструю реакцию и склонность к доминированию. Они энергичны, целеустремленны и могут быть очень настойчивыми в достижении своих целей.

Часто холерики имеют высокий уровень активности и могут быть нетерпеливыми, импульсивными и вспыльчивыми. Они склонны к агрессивности и могут проявлять сильное недовольство или раздражение в ситуациях, которые они воспринимают как неправильные или несправедливые.

Холерики обычно хорошо организованы и эффективно управляют своим временем. Они обладают сильным лидерским потенциалом и могут принимать решения быстро и решительно. Однако они могут быть несколько доминирующими и иметь склонность к контролю над другими людьми.

В отношениях и общении холерики обычно прямолинейны и откровенны. Они могут быть эмоционально вы-

разительными и иметь живую мимику и жесты. Однако они могут быть несколько суетливыми и иметь ограниченное терпение для подробностей или медленной работы.

Холерики отличаются высокой энергией и страстью к жизни. Они обычно стремятся быть активными и занятыми и успешно справляются с задачами, требующими энергии и решительности. Однако они могут быть несколько нетерпеливыми в ситуациях, требующих терпения и долгосрочной концентрации.

Наша гипотеза подтвердилась, эмоциональное выгорание характеризуется следующими особенностями: недовольство собой и профессией, негативные эмоции в отношении себя, разочарование, тревога, депрессия, умеренность в выражении эмоций, равнодушие, бесчувственность, бестактность, нервозность, цинизм, огорчение, резкость и появление антигуманистического настроения.

Также мы выяснили, что ведущим типом темперамента в группе медицинских работников со сформировавшимся эмоциональным выгоранием является холерик.

Литература:

1. Баксанский, О.Е. Современная психология: теоретические подходы и методологические основания: Аффективная сфера личности и психология общения/О.Е. Баксанский, В.М. Самойлов. — М.: КД Либроком, 2018. — 368 с.
2. Батаршев, А.В. Психодиагностика в управлении: практическое руководство [Текст]/А.В. Батаршев. — М.: Дело, 2005. — 494 с.
3. Бойко, В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других — М.: Просвещение, 1996. — 152 с.
4. Большой психологический словарь/ [Авдеева Н.Н. и др.]; под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. — 4-е изд., расш. — Москва: АСТ; Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2009. — 549 с.
5. Козина, Н.В. Синдром эмоционального выгорания. Клинические и психологические аспекты/Козина Наталья Викторовна. — М.: МЕДпресс-информ, 2014. — с. 65-72

6. Кондаков, И. М. Психологический словарь. [Текст]/И. М. Кондаков. — М.: Рос. акад. образования, 1999. — 656 с.
7. Куташов, В. А. Изучение синдрома эмоционального выгорания у среднего медицинского персонала студенческой многопрофильной поликлиники/В. А. Куташов, Т. Ю. Хабарова, Ю. Ю. Михайлова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 10 (90). — с. 432-436. — URL: <https://moluch.ru/archive/90/18579>
8. Леонтьева, В. Л. Психология. Учебное пособие для СПО. — М.: Юрайт. 2019. 152 с.
9. Макарова, Г. А. Синдром эмоционального выгорания. — М.: Просвещение, 2009. — 432 с.
10. Маслач, К. Профессиональное выгорание: как люди справляются. Практикум по социальной психологии [Текст]/К. Маслач. — СПб.: Питер, 2001. — 528 с.

Основные процессы социальной адаптации детей в период дошкольного возраста

Кожарина Юлия Андреевна, студент магистратуры
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

Статья посвящена рассмотрению теоретических основ понятия социальной адаптации дошкольника как интегративного процесса овладения социально значимым поведением и формирования адаптивных качеств личности, детерминирующего эффективное взаимодействие с окружающей средой. Целью статьи выступает изучение факторов, механизмов и структурно-семантической характеристики социальной адаптации дошкольников с учетом новых условий их социально-психологического развития. В заключение отмечена обусловленность успешного формирования коммуникативных и поведенческих составляющих в личностной структуре социальной адаптации дошкольников от семейно-педагогической интеграции, социально-коммуникативной среды, адаптивно-социализирующей деятельности.

Ключевые слова: воспитание, дошкольный возраст, социальная адаптация.

The main processes of social adaptation of children during preschool age

The article is devoted to the consideration of the theoretical foundations of the concept of social adaptation of a preschooler as an integrative process of mastering socially significant behavior and the formation of adaptive personality qualities, which determines effective interaction with the environment. The purpose of the article is to study the factors, mechanisms and structural-semantic characteristics of social adaptation of preschool children, taking into account the new conditions of their socio-psychological development. In conclusion, the dependence of the successful formation of communicative and behavioral components in the personal structure of social adaptation of preschool children on family and pedagogical integration, the social and communicative environment, and adaptive and socializing activities is noted.

Keywords: upbringing, preschool age, social adaptation.

Актуальность проблемы изучения процесса социальной адаптации детей дошкольного возраста обусловлена требованиями Федерального государственного образовательного стандарта, определяющего в качестве особо значимых задач дошкольного воспитания процесс формирования социальной компетентности дошкольников, характеризующейся овладением и осуществлением социально значимого поведения и формированием адаптивных качеств личности в процессе эффективного взаимодействия с окружающей средой в условиях полноценной социализации детской личности [2, с. 140]. Кроме этого, Е. В. Барцаева и Н. В. Рябова [1, с. 8] обращают внимание на сензитивность дошкольного возрастного периода в формировании социальных представлений, коммуникативных умений, познании окружающей дей-

ствительности и овладении различными видами деятельности. Целью статьи выступает изучение теоретических аспектов процесса и механизмов социальной адаптации дошкольников в ряде современных психолого-педагогических исследований, обобщение и дополнение данных по проблеме процесса социализации дошкольников с учетом новых условий их социально-психологического развития.

В связи с этим, А. В. Болотова, Е. А. Рысьянова и С. Н. Шафоростова включают понятие социальной адаптации дошкольников в семантическое пространство базовой психолого-педагогической категории социализации в образовании и определяют данный педагогический феномен как процесс становления совокупности социальных знаний, умений и опыта у дошкольников, форми-

рования основных психических процессов и социально значимых качеств и свойств личности, овладение ими элементарными формами и способами социального поведения и деятельности. Процесс социальной адаптации авторы детерминируют с проявлением в качественной характеристике личности дошкольника социально-педагогических категорий социальной компетентности и интеллекта, характеризуя данные понятия через следующую структурно-семантическую обусловленность: коммуникативную, отражающую развитие навыков к социальному взаимодействию у дошкольников; когнитивную, выполняющую познавательную функцию в процессе формирования системы социально значимых знаний и умений; рефлексивную, анализирующую и регулирующую окружающее пространство и собственное социальное проявление; поведенческую, указывающую на способность проявления социально одобряемых форм поведения и деятельности; аксиологическую, предполагающую осмысление социальных взаимоотношений и осознание их значимости [3, с. 34].

Изучая различные психолого-педагогические аспекты процесса социализации дошкольников, В.Н. Белкина также определяет в качестве ее начального структурного этапа категорию социальной адаптации воспитанника как интегративный показатель состояний и возможностей детской личности выполнять следующие социальные функции: воспринимать окружающую действительность и свое место в ней; выстраивать систему социальных отношений со сверстниками и взрослыми; понимать мотивы и осуществлять различные виды деятельности [2, с. 140]. Процесс социальной адаптации дошкольников автор обуславливает психолого-педагогическими механизмами преодоления проблемных коммуникативных ситуаций и приобретения личностью новых социально значимых подструктур: навыков и способов поведения, ценностных смыслов, качественных составляющих психических процессов, и определяет в нем следующие этапы: формирование привязанности к близкому взрослому в мотивационно-поведенческой системе личности, приобретение первоначального социального опыта (первый год жизни); и становление внутренней позиции субъекта системы социальных отношений с другими взрослыми и со сверстниками (дошкольный возраст) [2, с. 141].

Е. В. Барцаева и Н. В. Рябова определяют социальную адаптацию с двух сторон — целевой и процессуальной: как интегративный показатель благополучия личности в процессе взаимодействия с социальной средой и процесс приспособления к условиям окружающей действительности, освоение и принятие социальных ценностей и представлений, норм и правил поведения и практико-ориентированного опыта деятельности. В структурной характеристике процесса социальной адаптации дошкольников авторы выделяют следующие компоненты: личностный, включающий социально значимые личностные качества (адекватная самооценка, уверен-

ность, эмоциональная стабильность, отношение к различным видам деятельности); познавательный, предполагающий формирование элементарных социальных представлений (о себе, об окружающем мире, элементарные учебные и нравственные знания) и деятельностный, направленный на развитие социальных умений дошкольников (бытовых, коммуникативных учебных), — функционирование данной системы составляющих социальной адаптации, по мнению авторов, обеспечивают необходимую успешность включения дошкольника в окружающую социально-культурную коммуникативную среду [1, с. 9].

Изучая основные методы и механизмы включения дошкольника в социально-коммуникативную среду Н.М. Толева и Т.В. Колесникова обращают внимание на роль взаимодействия семьи как социального института и дошкольной образовательной организации в успешности процесса социально-психологической адаптации дошкольников в рамках системно-деятельностного подхода, выделяя в отдельную педагогическую категорию понятие семейно-педагогической интеграцией, объединяющей теоретико-методологические подходы из семейной воспитательной и учебно-образовательной областей (физической, познавательной, речевой, коммуникативной и художественно-эстетической) для решения дидактических и воспитательных задач в различных видах и формах совместной развивающей и воспитательной деятельности в рамках образовательного процесса дошкольной организации [4, с. 377]. В качестве основных педагогических аспектов семейно-педагогической интеграции авторы выделяют следующие: организация активной познавательной деятельности дошкольников (социальный интеллект); формирование практикоориентированных умений и навыков (социальная компетентность); развитие коммуникативных способностей (коммуникативная компетентность); формирование осознания и мотивации в различных видах деятельности (социально значимые личностные качества) [4, с. 378].

Изучая особенности организации психолого-педагогических природосообразных методов и механизмов процесса социальной адаптации дошкольников в развивающей среде дошкольной образовательной организации, Ю.В. Шильцова также обращает внимание на эффективность адаптивной игровой деятельности, моделирующей идентификационные механизмы развития личности дошкольника. В качестве одной из основных психолого-педагогических адаптивно-социализирующих видов игровой деятельности автор выделяет куклотерапию как метод социально-психологического моделирования различных жизненных негативных и тревожащих для дошкольника ситуаций, процессов формирования морально-нравственных представлений о правильном поведении в обществе, овладения положительным опытом социального взаимодействия, осознания мотивов формирования социально значимых качеств личности, таких как ответственность и дружеское отношение к сверстникам, — все

это, по мнению автора оказывает непосредственное влияние на становление социальных навыков и адаптивности воспитанников в условиях совместной творческой деятельности [5, с. 249].

Таким образом, теоретико-методологические аспекты системно-деятельностного подхода к процессу социальной адаптации личности дошкольников, раскрыва-

ющие сущностные и структурно-семантические характеристики данного феномена в пространстве базового понятия социализации личности ребенка дошкольного возраста обусловлено процессом семейно-педагогической интеграции, включением дошкольника в социально-коммуникативную среду, организацией адаптивно-социализирующих видов совместной деятельности.

Литература:

1. Барцаева, Е. В. Особенности сформированности компонентов структуры социальной адаптации дошкольников в организациях дополнительного образования/Е. В. Барцаева, Н. В. Рябова // Гуманитарные науки и образование. — 2017. — № 3 (31). — с. 7-13.
2. Белкина, В. Н. Некоторые психологические аспекты социализации дошкольника/В. Н. Белкина // Ярославский педагогический вестник. — 2015. — № 5. — с. 139-143.
3. Болотова, А. В. Социальная адаптация дошкольников/А. В. Болотова, Е. А. Рысьянова, С. Н. Шафоростова // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. — 2021. — № 13. — с. 34-36.
4. Толкова, Н. М. Теоретические основы социализации личности ребенка-дошкольника на основе взаимодействия семьи и дошкольной образовательной организации/Н. М. Толкова, Т. В. Колесникова // Научные исследования и инновации: материалы V Международной науч.-практ. конф. (Саратов, 12 апреля 2021 года). — Саратов: Ижевский государственный технический университет им. М. Т. Калашникова, 2021. — с. 375-380
5. Шильцова, Ю. В. О некоторых методах социальной адаптации старших дошкольников/Ю. В. Шильцова // Концептуальные основы и опыт профессионально-личностного становления и развития специалиста: материалы Международной науч.-практ. конференции (Рязань, 17 октября 2014 года). — 2015. — с. 248-252.

Развитие эмоционального интеллекта у детей младшего школьного возраста с ментальными нарушениями

Маркевич Анастасия Андреевна, воспитатель

ГБУ г. Москвы Центр социальной поддержки и реабилитации детей-инвалидов «Роза ветров»

Эмоциональный интеллект у младших школьников с интеллектуальной недостаточностью характеризуется трудностью к распознаванию и пониманию эмоций и настроений, сложностью к дифференциации намерений и желаний как своих, так и окружающих детей и взрослых. Что часто является причиной проявления нежелательного поведения у детей.

С целью развития у детей способности распознавать собственные чувства и чувства других людей, а также развитие чувства уверенности в себе и снятие тревожности, была разработана программа по формированию эмоционального интеллекта у детей с ментальными нарушениями. Программа направлена на развитие у детей интереса к окружающему миру, формирование самосознания и способности к саморегуляции своих эмоций и желаний, расширение опыта социального взаимодействия и самоконтроля в различных ситуациях, а также формирование и проявление эмпатии к партнеру в процессе общения.

Структура программы была построена с опорой на статью Джона Майера и Питера Сэловей «Эмоциональный интеллект». В своей статье авторы выделили составляющие эмоционального интеллекта:

- способность распознавать эмоции (по мимике, жестах, позе, поведению и голосу);
- определение причин появления эмоции;
- управление эмоциями (подавление, побуждение и направление эмоции);
- использование (активизация мозга с помощью эмоций).

В современном мире успешность человека зависит от коэффициента умственного развития на 20%, а от коэффициента эмоционального развития на 80%.

Детям с развитым эмоциональным интеллектом легче устанавливать социальные контакты и поддерживать межличностные отношения с окружающими. Такие дети часто являются лидерами в своём коллективе. Им проще справляться с негативными эмоциями, что способствует их более успешному продвижению в социуме.

План работы воспитателя по развитию эмоционального интеллекта

Месяц	Содержание
сентябрь	<p>Клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 1-3: «Давайте знакомиться — это Я!», «Я и моё имя!», «Какой я?» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация «Тебя любят» • Медитация на ковре на ковре «Уютный замок» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Осень» — упражнения № 1-2 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Раскрашивание иллюстраций «Здравствуй, Школа!» • Рисование в технике Эбру «Цветы» • Пластилинография «Овощи» • Изготовление поделок из природного материала <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов.: «Осенняя сказка» Козлов С. Г., «Яблоко» Сутеев В. Г., «Сказка об осеннем ветре» Абрамцева Н. К. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «В руки овощи берём», «Ходит осень в нашем парке» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр: «Осень», «Как в осеннем во лесочке» • Игра-логоритмика «Дождик: кап!», «Шарик» • Прослушивание песен о осени: «Осень милая, шурши», «Тише, тише, тишина», «Я сижу у окошка», «Наступила осень»
Октябрь	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 4-6: «Какой я был раньше?», «Я теперь многое могу», «Я и мои друзья» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для детей «Мои волшебные слова» • Медитация на ковре «Очарование осеннего леса» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Осень» — упражнения № 1-3 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Декоративная аппликация «Осенние мотивы» • «Рисование в технике фроттаж «Листопад» • Поделки из природного материала «Урожай» • Панно «Подарки хозяйки Осени» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов. «Приключения Ёжика в осеннем лесу», «Кто куда» Сладков Н. И., «Медведь и белочка» • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц ««Ветер по лесу гулял» Н. В. Нищева, «Ветер с клёна листья сбросил...» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Огородный», «Осенний» • Игра-логоритмика «Листья», «Дождик» • Прослушивание песен о осени: «Осень, осень, осень снова к нам пришла», «Ах, какая осень», «Листики-кораблики», «Капризный дождик»

ноябрь	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 7-11: «Я, ты, он, она», «Девочки и мальчики в моей группе», «Мой друг», «Люди, которые меня окружают в группе» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для девочек • Медитация на ковре на ковре «Прикосновение Семи Волшебных Ангелов Света» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Осень» — упражнения № 3-5 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Аппликация из листьев «Осенняя фея» • Подвесная поделка «Дождик» • Рисование в стиле Эбру «Ожившие овощи с грядки» • Скрапбукинг «Осенние деревья» • Изготовление поздравительной открытки ко Дню мамы <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов.: «Королева — осень»; «Снегири и коты» Коваль Ю. И., «Как поймать облако» Козлов С. Г. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц: «Подарки осени» Е. Трутнева, «Цветочек мамочке» <p>Музыкальная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Краски осени»; «Урожайная» • Игра-логоритмика «Ветер дует», «Гуси» • Прослушивание песен о осени: «Осень-раскрасавица», «Чудная пора», «Улетай туча», «Ласковая осень»
декабрь	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 12-14: «Мы с друзьями готовимся к встрече Нового Года (на улице)», «Папа, мама, я — это моя семья», «Я и мои родители» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация «Мой волшебный выбор» • Медитация на ковре «Волшебная единорожка» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Зима» — упражнения № 1-2 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятие по аппликации «Новогодняя ёлочка» • Поделка «Рождественский венок» • Раскрашивание деревянных заготовок для украшения ёлочки • Оригами «Новогодняя хлопушка» • Письмо Дедушке Морозу • Поздравительная открытка «С Новым годом» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов.: «Ёлка» Сутеев В. Г., «Волшебная снежинка» Т. Домаренок, «Трудно быть добрым» Абрамцева Н. К., «Первый снег» Биссет Дональд • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Ёлочка», «К нам на ёлку...» А. Шибяев <p>Музыкальная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Ёлка — ёлочка», «Новогоднее веселье» • Игра-логоритмика «Маленькой ёлочке холодно зимой», «Музыкальный магазин» • Прослушивание песен о зиме: «У леса на опушке», «Зимушка хрустальная», «В лесу родилась ёлочка», «Расскажи снегурочка»

<p>январь</p>	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 15-17: «Я и моя мама», «Моё настроение» — 1 (осознание своего настроения, его многообразия), «Моё настроение» — 2 (осознание своего настроения и настроения окружающих людей) • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация «Тебя любят» • Медитация на ковре «Спокойный котёнок» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Зима» — упражнения № 1-4 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятие — пластилинография из жгутиков «Снежинка» • Гравюра «Новогодняя ёлочка» • Работа с шаблонами и трафаретами «Зимняя сказка» • Аппликация с использованием ватных палочек и ваты «Заснеженный зимний лес» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Зима» К. Ушинский, «Поросенок в колючей шубке» Козлов С. Г., «Ромашки в январе» Пляцковский М. С, «Глупый мальчишка» Чарушин Е. И. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц ««Зима — портниха», «Пришла опять зима» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Новогодняя полька» • Игра-логоритмика «Зайка», «Снеговик» • Прослушивание песен о зиме: «Раз морозною зимой», «Серебристые снежинки», «Снежная песенка», «Зиму я вовсе не боюсь»
<p>февраль</p>	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 18-20: «Моё настроение — 3» (осознание своего настроения и настроения окружающих людей), «Знакомство с эмоцией — Радость», «Мир радостных детей» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация «Излучай свет» • Медитация на ковре «Волшебные кисточки» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Зима» — упражнения № 1-6 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рисование в настольной световой песочнице «Морозные узоры на окне» • Рисование в стиле Эбру «Снежинка» • Поздравительная открытка «Папе с 23 февраля» • Оригами «Звезда» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов.: «Проказы старухи зимы» К. Ушинский, «Два Мороза», «Какая бывает зима» Пляцковский М. С.; «Сосульки» Пляцковский М. С. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Снеговик» В. Егоров «Снегири» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Саночки» • Игра-логоритмика «Зима», «Волшебный сундучок» • Прослушивание песен о зиме: «Зимняя сказка», «Зимние следы», «Снова за окном зима», «Кабы не было зимы»

март	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 21-23: «Знакомство с эмоцией — Грусть», «Как ослик грустью заболел», «Радость и грусть» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для детей «Мои волшебные слова» • Медитация на ковре на ковре «Прикосновение Семи Волшебных Ангелов Света» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Весна» — упражнения № 1-3 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Изготовление поздравительной открытки для мамы «С 8 марта» • Оригами «Цветы для мамы» • Рисование «Мать-и-мачеха» • Обрывная аппликация «Голубка — валентинка» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Как Весна Зиму поборола», «Заяц, косач, медведь и весна» Бианки В. В., «Необыкновенная весна» Козлов С. Г., «Мать-и-мачеха» Берестов В. Д. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Мамочка любимая», «Утром солнышко проснулось» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «На дворе весна», «Весенний» • Игра-логоритмика «Три хлопка» • Прослушивание песен о весне: «В марте», «Улыбаемся весне», «Весенняя капель», «Лучик солнца»
апрель	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 24-26: «Знакомство с эмоцией — Страх», «Для чего нам нужен страх и как с ним справиться», «Знакомство с эмоцией — Удивление» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» • Нейропсихологическая игра «Попробуй повтори» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для девочек • Медитация на ковре на ковре «Уютный замок» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Весна» — упражнения № 1-5 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Весенний пейзаж в технике размазывания из пластилина • Рисование штампами «Подснежники» • Поделка из ватных дисков «Весенние цветы» • Бабочки в технике «мозаика» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Сказка о весне» Г. Скребицкий, «Отчего синичка развеселилась» Ярмыш Ю., «Белое и желтое» Коваль Ю. И., «Весенняя песня» <u>Скребицкий Г. А.</u> • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Травка зеленеет», «Смотрит солнышко в окошко» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «На дворе весна», «Маленький оркестр» • Игра-логоритмика «Самолёт», «Бегемотики» • Прослушивание песен о весне: «Апрель», «Песенка весны», «Журчат ручьи», «Весенний хоровод»

<p>май</p>	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 27-29: «Знакомство с эмоцией — Злость», «Знакомство с эмоцией — Стыд», «Знакомство с эмоцией — Вина» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация «Тебя любят» • Медитация на ковре «Волшебная единорожка» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Весна» — упражнения № 1-6 <p>Логоклуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дыхательная гимнастика «Бабочки», «Шаги» • Пальчиковая гимнастика «Ласточка», «Подсолнух» • Игра-логоритмика «Подводный мир», «Акулёнок» • Ритмическое упражнение «Петушок», «Весёлые насекомые» <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Работа с фигурными дыроколами. Составление композиций из цветов • Аппликация «Бабочки — красавицы» • «Улитка» в технике витраж • Аппликация «Цветок Славы» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Счастливый жучок» Г. Скребицкий, «Медведь и солнце» Сладков Н. И., «Весенний вечер» Коваль Ю. И., «Чистые птицы» • Козлов С. Г. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Весенняя гостья», «Про насекомых» Г. М. Новицкая <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «На дворе весна», «Озорная полька» • Игра-логоритмика «Подводный мир», «Акулёнок» • Прослушивание песен о весне: «В мае», «Весна летит на крыльях», «Счастье», «Весна бывает добрая»
<p>июнь</p>	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 30-32: «Закрепление знаний о чувствах», «Такие разные настроения», «Как справиться с плохим настроением» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для детей «Океан» • Медитация на ковре «Очаровательный лес» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Лето» — упражнения № 1-2 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вертикальное конструирование «Здравствуй, лето» • Аппликация «Во славу Российского флага!» • Божья коровка в технике папье-маше <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Четыре желания» К. Ушинский, «День рождения старой ели» Абрамцева Н. К, «Лето» Ушинский К. Д, • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Июнь» С. Маршак, «Лето — жаркая пора» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Летние ритмы», «В траве сидел кузнечик» • Игра-логоритмика «Медуза», «Шел по берегу петух» • Прослушивание песен о лете: «Что такое лето? Это время года», «Бабочка, бабочка по небу летит», «Я и солнышко», «Летний блюз»

июль	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 33-35: «Если добрый ты», «Жадина — говядина», «Мостик дружбы и доброты» • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для детей «Корзинка доброты» • Медитация на ковре «Капельки радуги» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Лето» — упражнения № 1-4 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рисование в технике эбру «Летние цветы» • Аппликация «Насекомые» • Рисование мелками на асфальте «Радуга — дуга» • Пластилинография «Божья коровка» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Летние подарки» Абрамцева Н. К., «Зимнее летечко. Невидимки». Бианки В. В.; «После грозы» Коваль Ю. И. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Июль» С. Маршак, «Что такое лето» В. Балашов, «Весёлое лето» В. Берестов <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Летние ритмы», «Полька» • Игра-логоритмика «Мишка пьет чай», «Хитрая кошка» • Прослушивание песен о лете: «Лети, лето», «Зажигает звезды лето», «Лето в кармашке», «Художник рисует лето»
август	<p>Психологический клуб «Я и мои эмоции»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Занятия № 37-39: «Закрепление знаний о чувствах», «Мы все разные», «Я учусь владеть собой», «Давайте радоваться и веселиться». • Дидактическая игра «Азбука настроений» • Нейропсихологическая игра «Эмоции» <p>Релакс клуб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Утренняя аффирмация для детей «У озера» • Медитация на ковре «Сказка — путешествие «Море» • Комплекс самомассажа лицевых мышц «Лето» — упражнения № 1-5 <p>Творческая мастерская:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рисование штампами из овощей «Корзина с овощами» • Работа с фигурными дыроколами. Изготовление объёмных цветов • Раскрашивание натюрморта «Фрукты» • Аппликация из фасоли «Ромашки» <p>Литературная шкатулка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Слушание сказок и рассказов: «Четыре сестрицы» З. Павлюченко, «Три котёнка» Сутеев В. Г., «Сказка о глупом мышонке» Маршак С. Я., «Живые грибы» Сутеев В. Г. • Разучивание стихотворений с использованием мнемотаблиц «Август» А. Вятский, «Сшили Тане сарафанчик» <p>Музыкальная студия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Шумовой оркестр «Летние ритмы», «Мышки на пригорке» • Игра-логоритмика «Фрукты» Елена MUSICWAY, «По малину в сад пойдём» • Прослушивание песен о лете: «Летние дожди», «Целый год мы лето ждали с тобой», «Поезд в лето», «Песенка о лете»

Литература:

1. Бардышева, Т. Ю., Щербакова Т. Н. «Расскажи стихи руками» — М., Карапуз, 2016.
2. Крюкова, С. В., Слободяк Н. П. «Удивляюсь, злюсь, боюсь, хвастаюсь и радуюсь» — М., «Генезис», 2003.

3. Маркевич, А. А. Мнемотехнические формы и приёмы работы с детьми с ментальными нарушениями/А. А. Маркевич, О.А. Кокожару // Молодой ученый. — 2022. — № 16 (411). — с. 436-439. — URL: <https://moluch.ru/archive/411/90446/>
4. Нищева, Н. В. «Система коррекционной работы в логопедической группе для детей с ОНР» — СПб.: ДЕТСТВО — ПРЕСС, 2003.
5. Генезис. Развивающая нейропсихологическая игра «Повтори за мной — Эмоции».

Восприятие счастья у лиц с разными уровнями осмысленности жизни

Матвеева Екатерина Петровна, студент магистратуры

Научный руководитель: Макушина Ольга Петровна, кандидат психологических наук, доцент

Воронежский государственный университет

В статье автор исследует особенности восприятия счастья у лиц с разными уровнями осмысленности жизни.

Ключевые слова: счастье, осмысленность, смысложизненные ориентации, восприятие.

В истории психологии и социологии вопрос о счастье занимает одно из центральных мест, вдохновляя размышления ученых и философов на протяжении веков. В современное время, переплетаясь с быстро меняющимися социокультурными контекстами, тема счастья становится более актуальной и сложной. Но представления о счастье не являются универсальными. Поэтому эта тема становится особенно интересной, когда мы рассматриваем ее через призму смысложизненных ориентаций, которые формируют взгляды и ценности каждого человека. В изучении счастья нельзя не учитывать смысложизненные ориентации человека, проблема формирования которых актуальна для любого этапа возрастного развития и является важной составляющей становления личности.

Согласно психологическому словарю, представление — это «наглядный образ предмета или явления, возникающий на основе данных ощущения и восприятия путем его воспроизведения в памяти». А.Г. Маклаков понимает под представлением «психологический процесс отражения предметов и явлений, которые в данный момент не воспринимаются, но воссоздаются на основе прошлого опыта». В рамках данной работы будем понимать представление как определённый образ явления в памяти и отношение к данному явлению.

Смысложизненные ориентации определяются как иерархическая система избирательных связей, которая отражает направление личности, наличие жизненных целей, осмысленность оценок и выборов человека, способность брать ответственность за жизнь и в целом быть удовлетворенным ей. В рамках работы будем рассматривать смысложизненные ориентации как соотношение ценностей, эмоциональной насыщенности и удовлетворенности жизнью и деятельностью [2].

В качестве *гипотезы исследования* выступало предположение о том, что существуют особенности представлений о счастье у лиц с разными смысложизненными ориентациями, а именно:

— Лица с низким уровнем осмысленности жизни воспринимают счастье как более близкое к понятию «успех», чем к понятиям «удовольствие»;

— Лица с высоким уровнем осмысленности воспринимают счастье и как «успех», и как «удовольствие».

В рамках работы предполагается, что люди с разными смысложизненными ориентациями, а значит с разным уровнем осмысленности жизни воспринимают счастье по-разному. По М. Селигману ощущение смысла и получение удовольствия являются неотъемлемыми составляющими счастья [4]. В то же время, как пишет Д.А. Леонтьев, степень осмысленности жизни определяется осознанием своих целей, удовлетворённостью процессом жизни и существующими достижениями, навыками достижения этих целей, осознанием ответственности за то, что происходит.

В то же время если уровень осмысленности низок, значит какая-то из составляющих смысложизненных ориентаций недостаточно осознаваема или реализуема в жизни человека. Социальные медиа и современные стандарты успешной жизни часто оказывают влияние на восприятие счастья. Главное — быть успешным, остальное не так важно. Люди с низким уровнем осмысленности жизни могут гнаться за призрачным успехом и надеяться в нём обрести счастье, при этом забывая про важность внутреннего удовлетворения от самого процесса достижения целей и гармонии в жизни. Некоторые могут испытывать давление и стресс из-за социокультурных ожиданий, связанных с успехом, и видеть счастье именно в нём.

Объектом эмпирического исследования выступили 150 человек, мужчины и женщины ранней зрелости (от 20 до 40 лет). Такая категория респондентов была выбрана в связи с тем, что именно в этом возрасте многие люди сталкиваются с рядом важных жизненных изменений: получение образования, выбор карьеры, вступление в брак, рождение детей. Сложности с самоопределением, с вы-

бором своего пути побуждают людей задаваться вопросами смысла жизни и собственного счастья.

В работе использовался метод стандартизированного самоотчёта — тест смысловых ориентаций (СЖО) или тест осмысленности жизни в адаптации Д. А. Леонтьева и проективный метод: метод семантического дифференциала [1].

Метод семантического дифференциала является комбинацией процедур шкалирования и метода контролируемых ассоциаций. Исследуемые объекты оцениваются по заданным биполярным градуированным шкалам, полюса которых являются антонимами [3].

Респонденты были разбиты на группы:

1. Группа с низкими показателями осмысленности жизни (32 человека);
2. Группа с средними показателями осмысленности жизни (82 человека);
3. Группа с высокими показателями осмысленности жизни (34 человека).

Для каждой из групп было проведено исследование с использованием метода семантического дифференциала для определения близости понятия «счастье» к понятиям «удовольствие», «цель», «радость», «успех». Для каждой пары характеристика-понятие было подсчитано значение стандартного отклонения. Результаты приведены на рис. 1-3.

low_result_df					
	Удовольствие	Цель	Счастье	Радость	Успех
холодный — теплый	4.0	2.0	4.0	5.0	1.0
легкий — тяжелый	2.0	3.0	1.0	5.0	4.0
медленный — быстрый	5.0	3.0	1.0	4.0	2.0
сложный - простой	2.0	4.0	1.0	3.0	5.0
мягкий — твердый	5.0	3.0	1.0	4.0	2.0
тихий — громкий	4.0	3.0	2.0	5.0	1.0
упорядоченный — хаотичный	2.0	4.0	1.0	5.0	3.0
маленький— большой	4.0	3.0	5.0	1.0	2.0
кратковременный — длительный	4.0	1.0	5.0	3.0	2.0
конкретный - абстрактный	1.0	5.0	4.0	3.0	2.0
сильный - слабый	2.0	5.0	3.0	4.0	1.0
тусклый — яркий	3.0	2.0	5.0	1.0	4.0
Сумма	38.0	38.0	33.0	43.0	29.0

Рис. 1. Таблица рангов для группы 1

av_result_df					
	Удовольствие	Цель	Счастье	Радость	Успех
холодный — теплый	3.0	2.0	5.0	4.0	1.0
легкий — тяжелый	4.0	5.0	3.0	2.0	1.0
медленный — быстрый	4.0	2.0	1.0	5.0	3.0
сложный - простой	2.0	5.0	1.0	4.0	3.0
мягкий — твердый	1.0	4.0	5.0	2.0	3.0
тихий — громкий	5.0	3.0	1.0	4.0	2.0
упорядоченный — хаотичный	1.0	5.0	2.0	4.0	3.0
маленький— большой	3.0	4.0	2.0	1.0	5.0
кратковременный — длительный	4.0	5.0	1.0	3.0	2.0
конкретный - абстрактный	2.0	5.0	1.0	3.0	4.0
сильный - слабый	1.0	5.0	2.0	4.0	3.0
тусклый — яркий	2.0	1.0	3.0	5.0	4.0
Сумма	32.0	46.0	27.0	41.0	34.0

Рис. 2. Таблица рангов для группы 2

high_result_df					
	Удовольствие	Цель	Счастье	Радость	Успех
холодный — теплый	5.0	2.0	4.0	3.0	1.0
легкий — тяжелый	3.0	2.0	5.0	4.0	1.0
медленный — быстрый	4.0	3.0	2.0	5.0	1.0
сложный - простой	3.0	4.0	2.0	5.0	1.0
мягкий — твердый	5.0	4.0	3.0	2.0	1.0
тихий — громкий	3.0	4.0	2.0	5.0	1.0
упорядоченный – хаотичный	4.0	5.0	2.0	3.0	1.0
маленький— большой	2.0	4.0	1.0	3.0	5.0
кратковременный – длительный	3.0	4.0	1.0	2.0	5.0
конкретный - абстрактный	4.0	5.0	3.0	1.0	2.0
сильный - слабый	2.0	3.0	4.0	1.0	5.0
тусклый — яркий	3.0	2.0	5.0	4.0	1.0
Сумма	41.0	42.0	34.0	38.0	25.0

Рис. 3. Таблица рангов для группы 3

По таблицам видно, что для группы 1 понятие «счастье» наиболее близко к понятию «успех», чем к понятию «удовольствие». Для группы 2 «счастье» ближе к понятию «удовольствие», чем «успех». А для группы 3 видно, что «счастье» находится примерно посередине между понятиями «удовольствие» и «успех».

Таким образом, удалось подтвердить гипотезу. В психологии «успех» понимается как достижение поставленных целей или результативность в выполнении определенных задач. Однако в состоянии успеха важны

не только внешние проявления, такие как материальные достижения или общественное признание, но и внутренние аспекты, такие как чувство удовлетворенности, личностное развитие и самоудовлетворение. Люди с низким уровнем осмысленности могут не получать удовольствие от процесса достижения целей, но гнаться за успехом, как диктует современное общество. Люди же с высоким уровнем осмысленности воспринимают счастье и в стремлении к успеху, и в получении удовольствия от процесса жизни.

Литература:

1. Леонтьев, Д. А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО) [Книга]. — Москва: Смысл, 1992.
2. Макушина, О. П., Мазкина О. Б. Смысложизненные ориентации и их влияние на формирование нравственной позиции студентов вуза [Статья] — Вестник ВГУ/Серия: Проблемы высшего образования. — 2018, № 4 — стр. 74-78
3. Петренко, В. Ф. Метод семантического дифференциала/Гуманитарный портал: Концепты [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2002-2023 (последняя редакция: 29.10.2023). URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7035>
4. Селигман, М. Новая позитивная психология: Научный взгляд на счастье и смысл жизни [Книга]. — Москва: Издательство «София», 2006.

Социальный, духовный и материальный компоненты в представлениях о счастье у лиц с разными ценностными ориентациями

Матвеева Екатерина Петровна, студент магистратуры
Научный руководитель: Макушина Ольга Петровна, кандидат психологических наук, доцент
Воронежский государственный университет

В статье автор исследует социальный, духовный и материальный компоненты в представлениях о счастье у лиц с разными ценностными ориентациями.

Ключевые слова: счастье, ценность, восприятие.

В условиях современного стрессового образа жизни и повышенной нагрузки на психическое здоровье, изучение счастья становится важным аспектом психологии. Изучение счастья напрямую связано с повышением качества жизни. Это включает в себя не только материальные аспекты, но и психологическое благополучие, уровень удовлетворенности жизнью и общее чувство смысла. Социальные и экономические кризисы, такие как пандемия, подчеркнули важность изучения ментального здоровья и счастья. В контексте представлений о счастье интересно рассмотреть и смысложизненные ориентации, которые играют важную роль в понимании человеческого поведения и жизненных выборов.

В качестве *гипотезы исследования* выступало предположение о том, что существуют особенности представлений о счастье у лиц с разными смысложизненными ориентациями, а именно:

В представления о счастье, не зависимо от преобладающих ценностных ориентаций, будут фигурировать социальный, духовный и материальный компоненты;

Вне зависимости от преобладающих ценностей в структуре ценностных ориентаций, в представлении о счастье у людей преобладает социальный компонент.

Исследование ценностных ориентаций даёт некоторую структуру ценностей каждого человека, где каждая ценность выражена в разной степени. Однако люди не всегда четко осознают свои ценности и связывают их со счастьем. Поэтому в рамках гипотезы предполагается, что представления о счастье, не зависимо от преобладающих ценностных ориентаций, будут похожи. И в этих представлениях будут фигурировать ценности семьи, любви, общения с близкими людьми. То есть, будет преобладать социальный компонент.

В ходе эмпирического исследования была проанализирована группа из 150 человек, включающая мужчин и женщин ранней взрослости (в возрасте от 20 до 40 лет). В данном возрасте у людей может возникнуть интерес к самопознанию и осознанию своих ценностей, что влияет на их восприятие важности счастья в собственной жизни.

Структуры ценностных ориентаций личности могут быть разными. Кто-то реализовывает ценности любви, кому-то важно познание и развитие, для кого-то насто-

ящей ценностью является социальный статус и материальное благосостояние. В данной работе будем разделять ценности на духовные, социальные и материальные. К духовным ценностям относится: поиск и наслаждение прекрасным, помощь, милосердие, любовь к другим людям, познание нового. К социальным — общение, социальная активность, признание и уважение, высокий социальный статус. К материальным — отдых, здоровье, материальное благосостояние. Однако предполагается, что именно восприятие счастья у таких людей будет схоже. Все люди вне зависимости от структуры ценностных ориентаций будут воспринимать счастье как совокупность духовных, социальных и материальных компонентов.

В работе использовался метод стандартизированного самоотчёта — «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» [1], а также метод незаконченных предложений о счастье [2].

Респонденты были разделены на группы по результатам теста «Диагностика структуры ценностных ориентаций»: духовные, социальные и материальные.

В результате получились следующие группы:

1. Группа с преобладающими духовными ценностями (71 человек);
2. Группа с преобладающими социальными ценностями (40 человек);
3. Группа с преобладающими материальными ценностями (39 человек).

Над результатами методики незаконченных предложений был проведен качественный анализ по выявлению в ответах каждого респондента формулировок относящихся к каждой из трёх категорий: духовный, социальный и материальный компоненты.

После в каждой из групп был подсчитан процент респондентов, упоминавший и не упоминавший каждый из компонентов — духовный, социальный и материальный. Группы с различными преобладающими ценностями в структуре ценностных ориентаций упоминают:

- Духовный компонент от 56 до 64 процентов опрошиваемых;
- Социальный компонент от 82 до 94 процентов опрошиваемых;
- Материальный компонент от 71 до 80 процентов опрошиваемых.

Это означает, что вне зависимости от преобладающих ценностей в структуре ценностных ориентаций, в представлении о счастье фигурируют духовный, социальный и материальный компоненты. При этом, люди воспринимают счастье через описание своих социальных ценностей чаще всего для всех из трёх групп. Вот примеры формулировок, которые использовали люди, описывая своё счастье:

Счастье — это... «когда с родными всё хорошо», «любимый человек», «быть рядом с любимыми людьми», «быть окруженным теми, кто тебя любит»

Я счастлив (а), когда... «муж рядом», «мои близкие счастливы», «обо мне помнят, и меня ждут», «меня любит любимый мною человек», «меня окружают друзья»

Составляющие моего счастья: «семья», «отношения с близкими», «родные люди», «хорошие люди рядом»

Таким образом, удалось подтвердить гипотезу исследования. Восприятие счастья индивидуально, и метод незаконченных предложений позволил в этом убедиться.

Литература:

1. Бубнова, С. С. Методика диагностики ценностных ориентаций личности [Книга]. — Москва, 1995. — 49 с.
2. Пахомов, А. П. Методика «Незаконченные предложения» Сакса-Леви как учебное пособие [Статья] // Экспериментальная психология. — 2012 г. — № 4: Т. 5. — стр. 99-116.

Сказкотерапия как метод профилактики тревожности младших школьников

Новикова Полина Андреевна, студент;
Ямщикова Анастасия Владимировна, студент
Московский педагогический государственный университет

В статье авторы поднимают проблему тревожности, рассказывают о сказкотерапии как методе коррекции тревожности и приводят пример авторской сказки.

Ключевые слова: сказкотерапия, сказка, младшие школьники, тревожность

Проблема тревожности является одной из наиболее актуальных проблем в современной психологии. Число тревожных детей в настоящее время значительно увеличилось. Именно поэтому проблема преодоления тревожности является наиболее важной в младшем школьном возрасте, что влечет за собой потребность создания большого числа действенных коррекционно-развивающих программ.

Тревожность не является изначально негативной чертой. Определенный уровень тревожности — естественная и обязательная характеристика активной личности, неотъемлемая составляющая ситуации открытия нового знания, формирования «позиции школьника». Главным является установление и поддержание ее в определенном диапазоне, не превышающем порогового значения.

В психолого-педагогической литературе описаны различные способы коррекции и профилактики детской тре-

Однако в представлении о счастье людей с разными преобладающими ценностями в структуре ценностных ориентаций прослеживались и социальный, и духовный, и материальный компонент. Важны все три категории потому, что каждый из этих аспектов может вносить уникальный вклад в общее чувство благополучия и удовлетворенности.

Однако, как показало эмпирическое исследование, именно социальный компонент является преобладающим в восприятии счастья у лиц с разными ценностными ориентациями. Качественные межличностные отношения становятся источником поддержки, понимания и взаимодействия. Сильные социальные связи снижают уровень стресса, предоставляют поддержку в трудные моменты. Кроме того, социальные ценности обычно связаны с пониманием индивида своего места в обществе и его вклада в общественное благосостояние. Людям важно чувствовать себя частью сообщества, так как об этом зависит и их личная реализация.

возности с помощью метода арт-терапии. В арт-терапии много различных техник: арт-терапия (изотерапия), сказкотерапия, музыкотерапия, драматерапия, танцевально-двигательная терапия, куклотерапия, песочная терапия.

Сказкотерапия также является способом коррекции тревожности. Сказкотерапия как психотерапевтический метод позволяет изменить неблагоприятный жизненный сценарий. Проработка любимой сказки является эффективным методом коррекции жизненного сценария младшего школьника. Понимание и проживание через сказку содержания, свойственного внутреннему миру любого человека, позволяют ребенку распознать и обозначить собственные переживания и собственные психические процессы, понять их смысл и важность каждого из них.

Сказка позволяет увидеть и понять жизненные проблемы, а сказкотерапия — найти решение данных про-

блем. Сказкотерапия — это процесс образования связи между сказочными событиями и поведением в реальной жизни.

Сказкотерапия является эффективным методом для поддержки зависимых и может быть использована для духовного излечения. Она основана на формировании нравственных ориентиров и стимулировании развития Созидателя в душе ребенка, подростка и взрослого.

Принципы подбора сказок для первой стадии сказкотерапии включают наличие «проблемного» героя, доброго совета, доверие к происходящему, чудесную трансформацию героя и веру в окружающих в созидательное начало героя.

Сказки должны иметь однозначно хороший конец, который должен быть понятен всем, независимо от уровня развития, образования, мировоззрения и вероисповедания.

Алгоритм работы со сказкой включает следующие шаги:

— Обсуждение мыслей и чувств клиента, возникших в ответ на сказку.

— Ответы на вопросы для размышления и обсуждения (приведены в конце каждой сказки).

— Интерпретация «сказочных уроков». Каждая сказочная ситуация несет в себе один или несколько жизненных уроков. В совместной работе с клиентом происходит их «расшифровка» и интерпретация с позиции вопросов, значимых для клиента.

— Выполнение некоторого практического задания, навеянного сказкой и ее обсуждением. Этот завершающий встречу шаг необходим для символического «закрепления» сказкотерапевтического воздействия.

Далее приводим пример авторской сказки, которая может быть использована как инструмент психокоррекции тревожности младших школьников.

«Песнь сердца»

Примерный возрастной диапазон читателя: 8-10 лет

Глубоко-глубоко, на дне Великого океана волшебного измерения, стоит маленький уютный домик. Мягко светятся большие окна в темной синеве вод, надежно скрывают окружающие скалы его обительницу от чужих взглядов. Обычно здесь тихо и пустынно, лишь изредка величественно проплывут медузы да бойко пронесется пестрая стайка рыбешек. Внутри домика жизнь течет так же однообразно: на широком подоконнике сидит маленькая фея. Она выглядит словно обычная девочка лет 9, и лишь нежное золотистое мерцание вокруг нее выдает в ней фею.

Васса, а именно так зовут фею, тоскливо смотрит в окно, и в ее прекрасных глазах, синих, словно отражение вод Великого океана, плещется невыразимая печаль. Васса знает: там, за скалами, на красивой большой площади каждый день собираются поиграть другие феи, но в их шумной компании Вассе нет места. Так уж повелось, что у всех морских фей есть прекрасные волшебные крылья, а у Вассы их нет. Совсем. Даже самых

маленьких. Поэтому Васса ни разу не присоединялась к шумной компании других феечек. Как только Васса хотела выйти на улицу, то сразу представляла, как все будут смеяться над ней, когда увидят, что у нее нет крыльев. Все свои страхи, переживания и грусть Васса отражала в музыке. Как только она брала в руки гитару, всё отходило на второй план, и песня рождалась сама собой. Закрыв глаза, фея полностью погружалась в пленяющий мир волшебных созвучий. По темным ночам Васса приходила на пустынную площадь и играла там тихонько для себя. Ей нравилось представлять, что все слушают её пение и аплодируют ей.

Но однажды, когда она закончила песню, то услышала, как кто-то и вправду ей хлопает. Испугавшись, Васса вскочила и уже приготовилась бежать, как увидела перед собой прекрасную Океаниду — хранительницу Великого Океана. Мягко улыбнувшись, Океанида произнесла:

— Я уже которую ночь прихожу сюда и слышу твоё нежное пение, милое дитя. Скажи, почему ты не появляешься днём? Почему прячешь от всех свои дивные песни?

— Но ведь у меня нет крыльев, я не фея, а уродец, все будут смеяться надо мной.

— Васса, послушай, у тебя нет крыльев, но у тебя есть нечто более ценное — твой талант. Ты такая, какая ты есть, и в этом твоя сила.

Сказав это, Океанида исчезла, словно растаяла в голубых водах, а Васса серьезно задумалась над словами хранительницы.

На следующий день, когда площадь снова была наполнена весёлыми феями, Васса пришла туда с гитарой. Сев на краешек фонтана, Васса тихонько ударила по струнам и робко запела. Сначала её голос звучал тихо, еле слышно, но затем становился все громче и громче, и вот музыка вновь захватила ее, так сильно, что фея и не заметила, как на шумной площади воцарилась оглушительная тишина. Слова и мелодия, причудливо переплетаясь, рождали прекраснейшую песню. Песнь сердца. Когда Васса допела и открыла глаза, то поняла, что абсолютно все смотрят на нее. Сжавшись в комок, фея ожидала насмешек и оскорблений, но площадь вдруг взорвалась аплодисментами. «Кто эта прекрасная девочка?», «У нее такой чудесный голос», «Эта песня была такой трогательной, что я расплакалась» — раздавалось тут и там, и в глазах фей Васса вместо презрения вдруг увидела восхищение.

— Но как же так? У меня же нет крыльев, — растерянно произнесла она.

— Милая, разве ты еще не поняла? Мы все разные, а это значит уникальные. Разве это не здорово? — произнесла, словно из ниоткуда появившаяся Океанида. И, подмигнув Вассе, добавила, — Когда будешь давать свой первый концерт, оставь мне местечко в первом ряду.

— Спасибо! Спасибо вам огромное! — радостно закричала Васса, но Океанида, как всегда, незаметно исчезла, оставив после себя мягкое лазурное сияние.

С тех самых пор жизнь Вассы навсегда изменилась, она стала известной певицей, у нее появилось много подруг,

но что, самое главное, Васса поняла, что быть самим собой — это здорово, ведь только так возможно обрести свое счастье.

Вопросы для обсуждения: Почему Васса боялась выйти на площадь днем? Какой совет дала Океанида Вассе? Что самое важное ты понял из этой истории?

Литература:

1. Зинкевич-Евстигнеева, Т. Д. Психотерапия зависимостей. Метод сказкотерапии» — СПб.: «Речь», 2006.
2. Методическое пособие для специалистов по работе с детьми Методика сказкотерапии» подготовлено в рамках социально-значимого проекта «Лаборатория интерактивных добровольческих технологий» при поддержке Правительства Ставропольского края — Ставрополь: «Ставропольская краевая общественная детская организация «Союз детей Ставрополя» 2022 г. — 25 с.
3. Уварова, Н. Н., Подпорина В. Г. Сказкотерапия как средство формирования положительного жизненного сценария младшего школьника // Вестник ГУУ. 2013. № 23. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/skazkoterapiya-kak-sredstvo-formirovaniyapolozhitel'nogo-zhiznennogo-stsenariyamladshego-shkolnika> (дата обращения: 08.12.2023).

Психологические особенности общения студентов с разным уровнем социального интеллекта

Рябкова Алёна Анатольевна, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В условиях расширения экономических, политических и культурных контактов между странами и континентами проблема межличностного общения приобретает мировой статус и становится предметом многочисленных научных исследований и разработок. Проблема межличностного общения имеет многоаспектный характер и продуктивно исследуется представителями различных наук. В разрезе психологической науки, общение — это процесс обмена информацией между людьми и вид деятельности. Социальная коммуникация выступает коммуникативной стороной общения, межличностная коммуникация — частный случай социальной.

В. В. Сараев отмечает, что большое количество социальных контактов приходится на студенческий период, именно в это время коммуникация достигает высокого уровня [26]. Некоторые авторы рассматривают коммуникацию как одну из сторон общения, многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностью совместной жизнедеятельности. В науке мнение большинства ученых сходится к следующему определению: коммуникация — процесс приема и передачи информации, создание определенной степени взаимопонимания между участниками, предполагающий необходимость обратной связи. Важную роль для участников общения играет значимость информации, ее понимание, осмысление и принятие. Выделяют несколько видов коммуникации:

— опосредованная коммуникация (общение осуществляется через текст, рисунок, схему и т. п.);

— диалог (общение осуществляется обоюдно между собеседниками);

— фронтальная коммуникация (транзакции направлены от говорящего к слушающему) [26].

Таким образом, общение играет важную роль в формировании и становлении личности: психологическое развитие личности студента, процесс возникновения и разрешения противоречий. Коммуникативные умения в этот период являются инструментом, который позволяет более успешно интегрироваться в общество.

С целью выявления психологических особенностей общения студентов с разным уровнем социального интеллекта было проведено исследование, в котором приняли участие студенты в количестве 60 человек, из них 32 чел. — девушки и 28 чел. — юноши.

Для решения поставленных задач и получения более точных и обширных результатов обследования был выбран комплекс методик:

— методика «Социальный интеллект» (Дж. Гилфорд, М. Салливан)

— методика диагностики коммуникативных особенностей личности (Л. И. Уманский, И. А. Френкель, А. Н. Лутошкин, А. С. Чернышов и др.)

В начале эмпирического исследования проведена диагностика социального интеллекта испытуемых. Результаты диагностики уровня социального интеллекта студентов с использованием методики «Социальный интеллект» представлены на рис. 1.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что уровень развития социального интеллекта большинства студентов соответствует дополнительных вопросов прояснить мотивы поведения людей, на основе этого возможно прогнозирование поведения

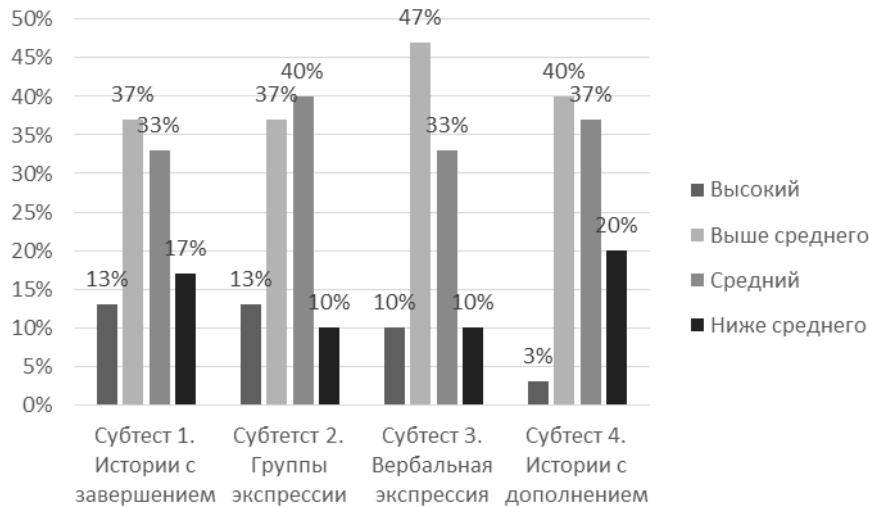


Рис. 1. Распределение студентов по уровню социального интеллекта

окружающих, способны понимать смысл вербальной и невербальной экспрессии, на основе чего могут проявлять ролевую пластичность. Наиболее сформированными являются способности к логическому обобщению, выделению существенных признаков в различных невербальных реакциях и паттернах собеседника, понимать изменение значения сходных вербальных реакций

человека в зависимости от контекста вызвавшей их ситуации.

Данные по методике «Диагностика коммуникативных особенностей личности» проведено исследование, которое характеризует базовые особенности личности в процессе межличностных отношений. Результаты исследования представлены на рис. 2.

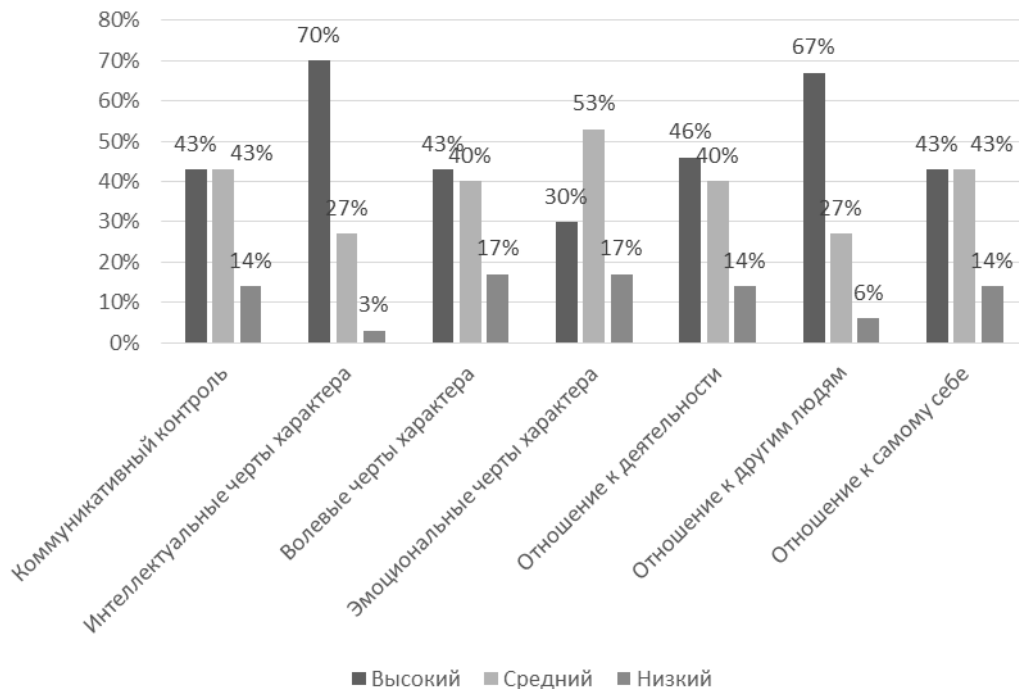


Рис. 2. Выраженность показателей коммуникативных особенностей личности студентов

Делая выводы по результатам диагностики, можно сказать, что и коммуникативная компетентность, и социальный интеллект у большинства студентов имеют высокий и средний уровень. При этом для студентов с уровнем социального интеллекта — средний и выше

среднего — характерны высокий уровень коммуникативного контроля, ярко выраженные волевые черты характера, высокий уровень позитивных эмоций и высокий уровень общительности и эмпатии по отношению к другим людям. У студентов с низким уровнем

социального интеллекта данные показатели слабо выражены.

Далее, с целью выявления различий в показателях психологических особенностей общения студентов с разным уровнем социального интеллекта, был проведен статистический анализ данных с применением критерия Манна-Уитни.

В ходе исследования U-критерия Манна-Уитни были выявлены высокозначимые различия ($p \leq 0,05$) отличия следующих показателей:

- коммуникативный контроль: $U_{\text{эмп}}=14,2$;
- волевые черты характера: $U_{\text{эмп}}=11,04$;
- эмоциональные черты характера: $U_{\text{эмп}}=10,05$;
- отношение к другим людям: $U_{\text{эмп}}=12,2$.

Таким образом, выявлены значимые отличия между такими показателями психологических особенностей общения студентов с разным уровнем социального интеллекта, как коммуникативный контроль, волевые черты характера, эмоциональные черты характера, отношение

к другим людям. Уровень сформированности данных показателей у студентов с уровнем социального интеллекта — средний и выше среднего — более выражен, чем у студентов с низким уровнем социального интеллекта. Отсюда следует, что гипотеза исследования подтвердилась.

Проведенный теоретический анализ литературы показал, что проблема психологических особенностей общения студентов с разным уровнем социального интеллекта является одной из наиболее актуальных в психологии, все еще не разрешенных, несмотря на имеющиеся многочисленные исследования отечественных и зарубежных психологов. Общение играет важную роль в формировании и становлении личности: психологическое развитие личности студента, процесс возникновения и разрешения противоречий. Коммуникативные умения в этот период являются инструментом, который позволяет более успешно интегрироваться в общество. Важная особенность коммуникации — ее эффективность.

Литература:

1. Акишева, Е. А. Исследование феномена социального интеллекта у студентов // Психология профессиональной деятельности: проблемы, содержание, ресурсы. Сборник научных трудов. — 2019. — с. 7-10.
2. Ананьев, Б. Г. Человек как предмет познания/Б. Г. Ананьев. — СПб.: Питер, 2021. — 208 с.
3. Артемов, В. А. Психология обучения иностранным языкам. — М.: Просвещение, 2019. — 279 с.
4. Артемьева, Т. И. Методологический аспект проблемы способностей. — М.: Педагогика, 2018. — 81 с.
5. Асмолов, А. Г. Психология личности. Принципы общепсихологического анализа. — М.: Изд-во МГУ, 1990. — 367 с.

Взаимосвязь личностных особенностей студентов с ведущими стратегиями поведения в конфликте

Токмакова Наталья Николаевна, студент магистратуры
Воронежский государственный университет

В современном мире происходит интенсивная перестройка многих областей существования общества, на передний план выходит тема социальных конфликтов. Возрастание интереса к данной теме обуславливается обширным распространением конфликтов в общественной жизни, что сопровождается ростом стрессового воздействия на молодых людей. Конфликты являются существенным условием социального развития, они неизбежны в любом обществе.

Студенческий возраст — это период повышенного стрессового воздействия, обусловленного сложностями социально-психологической адаптации, неопределенностью жизненных планов, наличием возрастных кризисов, кризисов идентичности. Молодые люди находятся в состоянии конфликта и с окружающим миром и с самими собой.

Межличностные конфликты являются одним из наиболее важных источников страданий в повседневной жизни. Зачастую конфликт воспринимается как крайне негативное явление. Однако межличностные конфликты не обязательно приводят к негативным последствиям. Согласно ряду теорий, конфликты ведут к развитию личности (В. С. Мерлин, Э. Эриксон). Приведут ли конфликты к отрицательным или положительным последствиям, зависит от того, как разрешаются конфликты [7].

Соответственно, перед современной наукой стоит важная задача по формированию конструктивных стратегий поведения в конфликтной ситуации.

Для выполнения данной задачи требуются исследования стратегий действия в конфликте, причинах выбора определенной стратегии поведения и связано ли это с личностными характеристиками, что поможет прогно-

зировать поведение в конфликте студентов, формировать более конструктивные формы межличностного взаимодействия.

Томас в своей теории конфликта выделяет 5 видов стратегий поведения: соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание и приспособление [8].

Люди с разными стратегиями конфликта могут иметь разные мотивы и, таким образом, использовать разные стратегии конфликта, поскольку они ценят и стремятся к разным результатам в конфликтной ситуации. С другой стороны, люди с разными стратегиями конфликта могут по-разному воспринимать одну и ту же ситуацию, что, в свою очередь, заставляет их использовать разные стратегии [7].

Исследованием личностных особенностей занимались такие ученые, как В. Н. Мясищев, В. М. Русалова, Б. М. Теплов, Г. Айзенк, К. Леонгард, К. Юнг.

Основываясь на проведенном анализе литературных источников, мы выделяем среди них те, которые, по нашему мнению, связаны с поведением в конфликтной ситуации. Особое внимание мы уделяем таким личностным особенностям, как акцентуации характера и гендерным отличиям.

Акцентуация проявляется как чрезмерная выраженность отдельных черт характера.

Типология акцентуаций основывается на классификации акцентуированных типов личности по К. Леон-

гарду и включает четыре основных акцентуаций характера (демонстративность, застревание, педантичность, возбудимость); 6 акцентуаций темперамента (гипертимность, дистимичность, тревожность, циклотимность, аффективность, эмотивность) [3].

На поведение в конфликте могут влиять различия в *половых моделях поведения*, связанные с расхождением интересов, ценностей и подходов к разрешению возникающих проблем, что приводит к взаимному недопониманию [4, с. 23]. Во многих исследованиях подчеркиваются различия в эмоциональной сфере лиц мужского и женского пола, что проявляется в гендерных отличиях. Так, в работе П. А. Ковалева большая эмоциональная возбудимость женщин получила подтверждение: вспыльчивость (проявление эмоциональной возбудимости в конфликтной ситуации) выражена у них больше, чем у мужчин.

В нашем исследовании принимали участие студенты 1 и 2 курсов в количестве 141 человек в возрасте от 17 до 20 лет, из них 64 юноши и 77 девушек. Диагностический инструментальный исследования составили тест на акцентуации характера Г. Шмишека — К. Леонгарда и методика К. Томаса «Стиль поведения в конфликте».

Первым шагом мы провели исследование по тесту-опроснику К. Леонгарда — Х. Шмишека, в результате которого было выявлено, что преобладающими типами акцентуаций в исследуемой группе является гипертимность, а наименее выражена дистимность (Рисунок 1).

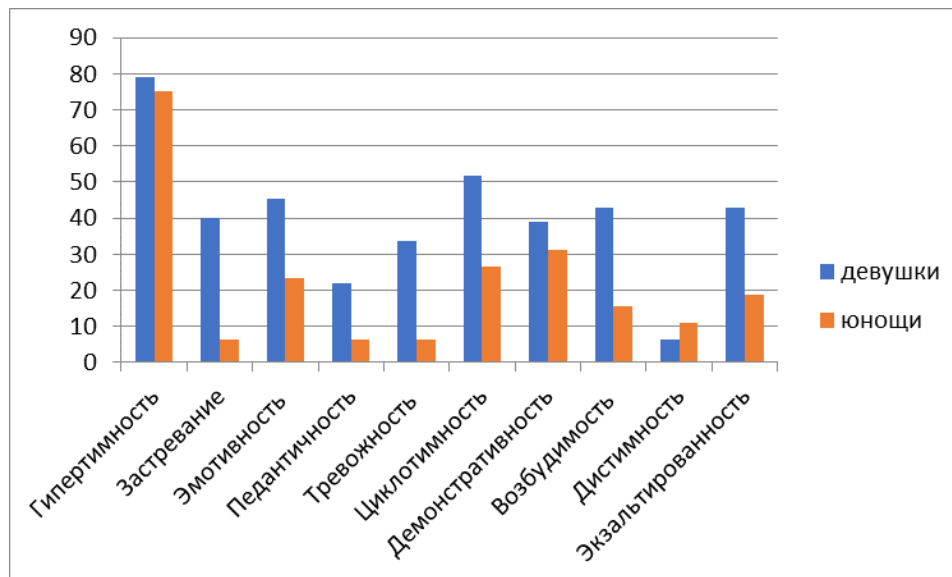


Рис. 1. Соотношение студентов юношей и девушек с определенным типом акцентуации характера ко всей выборке

Что вполне логично, поскольку гипертимность отражает уровень энергии человека, а студенты — молодые люди, полные сил, обладающие повышенным фоном настроения, легко справляющиеся с грустью — это оптимисты.

Статистический анализ выявил значимые различия в выраженности акцентуаций у девушек и юношей. Был

использован метод математической обработки данных t-критерий Стьюдента.

Студентки обладают более выраженными акцентуациями характера, такими как: застревание, эмотивность, тревожность, циклотимность, возбудимость и экзальтированность, которые относятся преимущественно к эмоциональной и реактивной сфере.

Таблица 1. Различия выраженности типов акцентуации по гендерному признаку

Тип акцентуации	Средние показатели		t _{Эмп}
	девушки	юноши	
Гипертимность	16,97	16,77	0.3
Застревание	14,21	12,19	3.9**
Эмотивность	16,79	10,87	2.61**
Педантичность	11,14	9,97	1.5
Тревожность	11,1	6,87	4.5**
Циклотимность	15,23	11,11	4**
Демонстративность	14,23	13,05	1.8
Возбудимость	12,55	10,13	3.4**
Дистимность	7,95	9,02	1.5
Экзальтированность	14,18	12,14	3.2**
Экстраверсия	11,84	12,19	0.6
Невротизм	12,29	7,94	5.2**

** Корреляция значима на уровне 0,01

* Корреляция значима на уровне 0,05

t_{кр} = 1,97 при p ≤ 0,05

t_{кр} = 2,61 при p ≤ 0,01

Полученный результат исследования гендерных различий акцентуаций характера позволил предположить, что стратегии поведения в конфликте также будут отличаться по гендерному признаку.

На рисунке 2 и рисунке 3 представлены соответственно доминирующие стили поведения в конфликте у студентов и студенток.

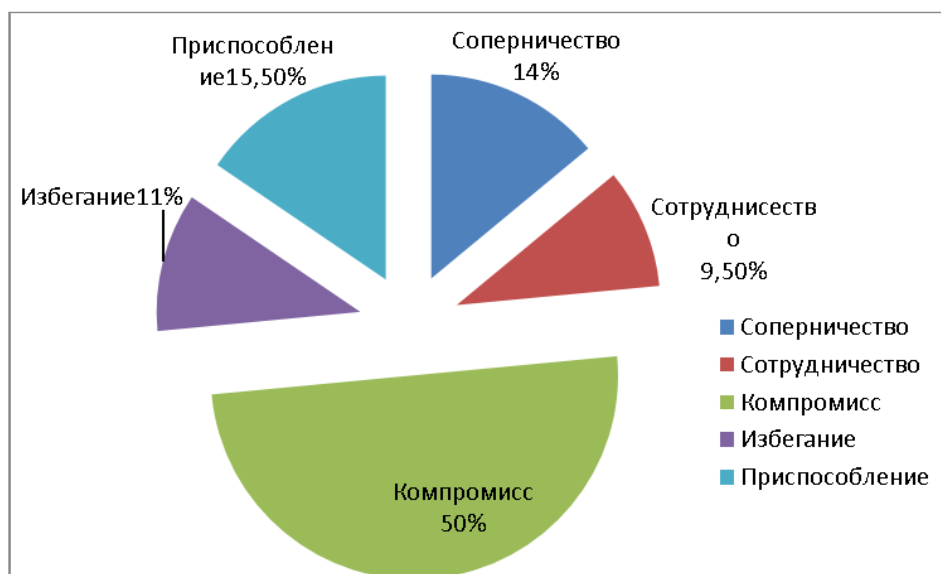


Рис. 2. Представленность студентов-юношей с ведущими типами поведения в конфликте

Девушки чаще, чем юноши прибегают в конфликте к стратегии избегания (по результатам использования метода математической обработки данных t-критерий Стьюдента).

Для выявления взаимосвязи между акцентуациями характера и ведущими стратегиями поведения в конфликтной ситуации мы воспользовались методом Спирмена.

Данные исследования свидетельствуют о том, что:

1. Стратегии поведения в конфликте у девушек и юношей отличаются.

2. На поведение в конфликте у юношей оказывают значимое влияние акцентуации реактивной (возбудимость и застревание) и эмоциональной (эмотивность и экзальтированность) сфер. Соперничество связано с возбудимостью и застреванием, избегание — с застреванием, а приспособление с эмотивностью и экзальтиро-

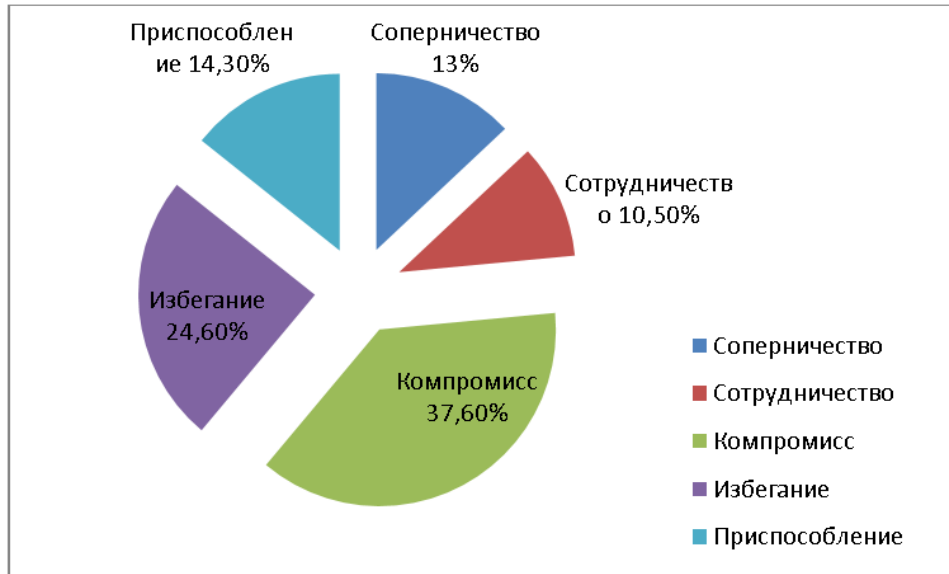


Рис. 3. Представленность студенток-девушек с ведущими типами поведения в конфликте

Таблица 2. Взаимосвязи типов акцентуаций характера со стратегиями поведения в конфликте у юношей (по результатам корреляционного анализа Спирмена, n = 64)

Стратегии поведения	R	Акцентуации характера
Соперничество	R = 0.362	Застревание
	R = 0.43	Возбудимость
Избегание	R = 0.277	Застревание
Приспособление	R = 0.278	Эмотивность
	R = 0.32	Экзальтированность

$r_s = 0,25$ при $p \leq 0.05$

$r_s = 0,33$ при $p \leq 0.01$

Таблица 3. Взаимосвязи типов акцентуаций характера со стратегиями поведения в конфликте у девушек (по результатам корреляционного анализа Спирмена, n = 77)

Стратегии поведения	R	Акцентуации характера
Сотрудничество	R = 0.258	Экзальтированность
Избегание	R = 0.23	Демонстративность
Приспособление	R = 0.511	Эмотивность

$t_{кр} = 0,23$ при $p \leq 0.05$

$t_{кр} = 0,3$ при $p \leq 0.01$

ванностью. Акцентуации характера у юношей ведут к деструктивным стратегиям поведения в конфликте.

3. На поведение в конфликте у девушек оказывают значимое влияние акцентуации эмоциональной (эмотивность, экзальтированность) сферы и сферы контроля (демонстративность). Сотрудничество связано с экзальтированностью, избегание — с демонстративностью, приспособление — с эмотивностью. Это может объясняться

высокой эмоциональной чувствительностью девушек и плохой переносимостью неопределенности.

4. Общие у девушек и юношей акцентуации связаны с разными стратегиями, что свидетельствует о гендерном влиянии на поведение в конфликте.

При психо-коррекционной работе следует учитывать не только особенности характера, но и гендерные различия.

Литература:

1. Алиева, М.Б. Специфика конфликтов в образовательном процессе вуза/М.Б. Алиева М.Б., С.А. Залитинова, Б.А. Шихамирова // Мир науки, культуры, образования, 2020. — № 5. — с. 239-241.
2. Анцупов, А.Я. Конфликтология А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. — СПб.: Питер, 2023. — 560 с.
3. Леонгард., К. Акцентуированные личности/К. Леонгард. — Ростов н/Д.: Феникс, 2000. — 191 с.
4. Парамонова, Г.А. Стратегии поведения студентов различных спортивных специализаций в межличностном конфликте дис.... канд. психол. наук. — Санкт-Петербург, 2004. — 156 с.
5. Русалов, В.М. Темперамент в структуре индивидуальности человека: дифференциально-психофизиологические и психологические исследования/В.М. Русалов. — М.: Ин-т психологии РАН, 2012. — 528 с.
6. Tannen, D. You Just don't Understand/D. Tannen. — N. Y., 1995-356 p.
7. Tehrania, H.D. Personality traits and conflict resolution styles: A meta-analysis Personality and Individual Differences/H.D. Tehrania, S. Yaminib // Personality and Individual Differences. — 2020. — V. 157.
8. Thomas, K.W. Conflict and conflict management/K.W. Thomas // Handbook of industrial and organizational psychology. — Chicago: Rand McNally, 1976. — P. 889-935.

Психологическое сопровождение субъектов образовательной среды как условие оптимизации межличностных отношений

Чурсина Евгения Александровна, студент
Ставропольский государственный педагогический институт

Психологическое сопровождение в рамках образовательных механизмов является существенно важным фактором при оптимизации межличностных отношений в рамках образовательного процесса. Факторы, влияющие на использование психологического сопровождения, позволяют увидеть подробную картину теоретического и эмпирического дискурса психологического сопровождения сквозь призму научных теорий.

Ключевые слова: психологическое сопровождение, межличностные отношения, образовательный процесс, оптимизация межличностных отношений.

Psychological support of subjects of the educational environment as a condition for optimizing interpersonal relationships

Psychological support within the framework of educational mechanisms is an essential factor in optimizing interpersonal relationships within the educational process. The factors influencing the use of psychological support allow us to see a detailed picture of the theoretical and empirical discourse of psychological support through the prism of scientific theories.

Keywords: psychological support, interpersonal relations, educational process, optimization of interpersonal relations.

О психологическом сопровождении учебно-воспитательного процесса говорится во многих исследованиях отечественной психологии и педагогики. Среди наиболее распространенных авторов можно привести И. Дубровину, К. Гуревича, С. Хоружий, А. Деркач, Г. Бардиер, И. Ромазан, Т. Чередникову, М. Битянову, В. Мухина.

Вопросы психологического сопровождения студентов, которое влияет на эмоциональную, ценностную и волевую сторону жизнедеятельности каждого отдельного субъекта, занимались И.В. Абакумова, А.Г. Асмолов, В.В. Веселова, И.В. Дубровина, И.А. Зимняя, А.И. Красило, Д.А. Леонтьев, В.А. Якунин и др.

В рамках исследования проблемы, акцентируем, что главная задача психологического сопровождения образования, в условиях современной образовательной системы — содействие в психическом, психофизическом и личностном развитии студентов как субъектов образовательной среды.

М. Бардиер, И. Ромазан и Т. Чередникова указывают в своих трудах на то, что особенность психолого-педагогического сопровождения заключается в ценности самостоятельного выбора. Педагог или психолог может подсказать, научить, направить, но, ни в коем случае, не пытаться насильно изменить точку зрения. По мнению ученых, задача взрослых — сформировать способность

и готовность воспитанника к осознанию своих возможностей и потребностей, осуществлению самостоятельного выбора [2, с. 54].

Актуализация проблемы психологического сопровождения развития личности связана с процессами гуманизации образования. Как свидетельствует анализ ряда исследований [4; 5; 1], в процессе обучения студент испытывает ряд проблем: адаптация в период обучения, экзистенциальные проблемы (проблема смысла жизни, самоопределения, индивидуализации, самоактивности, самоуважения, свободы выбора). Для их решения необходимо выявить личное участие, осознание проблемы «принятия» человека, построение такой системы психологического сопровождения студента, которая бы в полной мере способствовала расширению задач развития в юношеском возрасте и учитывала реалии образовательного процесса.

При этом, психологическое сопровождение понимается как деятельность субъекта учебно-воспитательного процесса, направленная на оказание превентивной и оперативной помощи. Его психологический аспект заключается в жизненном самоопределении, в подготовке к осуществлению выбора в кризисных ситуациях, самораскрытия и устранение субъективных препятствий к развитию, в укреплении психологического здоровья, а также оказании помощи в конкретной психотравмирующей ситуации [2, с. 94].

Актуализация проблемы психологического сопровождения как предмета научных исследований связана с насущными потребностями современной специальной психологии. Таким образом, разнообразие психолого-педагогических концепций психологического сопровождения актуализирует научный поиск к раскрытию его основных содержательных единиц, сущности, типов.

В сложившейся ситуации, в психологической науке и практике особое значение приобретает получение знаний о студенческой молодежи, выявление особенностей и закономерностей развития личности студента, освоения новых возможностей и нахождения дополнительных ресурсов в организации процесса психологического сопровождения будущего специалиста. В этой связи, на первый план выходит важность психологического сопровождения как инструмента оптимизации межличностных отношений студентов, и исследование данного вопроса позволит разработать дальнейшие рекомендации по составлению программ психологической и психокоррекционной работы с данными субъектами образовательного процесса [4, с. 11].

Педагогическое взаимодействие необходимо рассматривать как феномен, который существенно детерминирует межличностное взаимодействие, в процессе которого формируются межличностные отношения субъектов образовательного процесса. Межличностные отношения, как непосредственная или опосредованная связь индивида с другими людьми, представляют собой специфическое для человека как субъекта взаимодействия свойство, которая проявляется во взаимных ориентациях индивидов, находящихся в длительном контакте, спо-

собствуют установлению взаимопонимания и выступают непосредственным психологическим фактором педагогического взаимодействия субъектов образовательного процесса в высшем учебном заведении [6, с. 8].

Ввиду очерченной проблемы исследования, был сделан вывод, что дальнейшего исследования требуют вопросы определения и характеристики других факторов организации педагогического взаимодействия в вузе.

На современном этапе, проблема психологического сопровождения профессионального становления будущих специалистов актуальна и не изучена в полной мере. Поэтому, мы связываем перспективы дальнейшего исследования с изучением концептуальных основ психологического сопровождения профессионального становления будущих специалистов в условиях высшего учебного заведения.

В ходе эмпирической части исследования, которое заключалось в исследовании проблем организации психологического сопровождения субъектов образовательной среды, выборку составили 30 студентов 2-4 курсов ГБОУ ВО СГПИ (название учебного заведения) города Ставрополя. Целью настоящего исследования являлся эмпирический анализ проблем организации психологического сопровождения студентов.

Гипотеза исследования состояла в следующем: эффективность психологического сопровождения студента как субъекта образовательной среды может быть существенно повышена, если в его основу будет положена модель психологического сопровождения службой практической психологии, которая предполагает включенность студента в этот процесс на протяжении всего обучения в вузе, учет профессионально важных качеств специалистов, профессиональная деятельность которых лежит в сфере социальных взаимоотношений, и специфику развития личности студента на каждом курсе обучения.

Для подтверждения гипотезы в рамках исследования были использованы методики, позволяющие произвести детальный анализ феномена психологического сопровождения студентов в качестве оптимизации межличностных отношений.

В первую очередь, был использован 16-факторный личностный опросник Кеттелла, Стандартизированный многофакторный метод исследования личности (СМИЛ) и, напоследок, методика, конкретно отражающая суть исследуемой проблемы — опросник на выявление удовлетворенности программой психологического сопровождения в вузе. Следовательно, результаты проведенных методик позволят выявить эффективность психологического сопровождения в вузе путем налаживания социального взаимодействия субъектов образовательной среды.

Таким образом, в рамках проведенного теоретического и эмпирического анализа, выделены эмпирические аспекты проблемы оптимизации межличностных отношений студентов посредством психологического сопровождения, проведено научное исследование и разработаны рекомендации по оптимизации межличностных отношений субъектов образовательной среды вуза.

Литература:

1. Асмолов, А.Г. Психология личности: культурно-историческое понимание развития человека: монография/А.Г. Асмолов. — М.: Смысл, 2007. — 528 с.
2. Бужикова, Р.И. Психолого-педагогические условия профессионально ориентированного обучения студентов высшего учебного заведения/Р.И. Бужикова // Научный вестник. — Т. 2. — Вып. 6. — 2011. — с. 54-58.
3. Демидова, Т.П. Психологическое сопровождение профессионально-личностного становления обучающихся в средних профессиональных учебных заведениях: дис.... канд. психол. наук: 19.00.07/Т.П. Демидова. — М.: 2005. — 171 с.
4. Охотникова, В.В. Развитие коммуникативной компетентности субъектов образовательного процесса в высших учебных заведениях. Автореф. дисс. канд. пед. Наук/В.В. Охотникова. — Омск, 2000. — 20 с.
5. Плугина, М.И. Акмеологическое сопровождение профессионального становления преподавателей высшей школы. Монография/М.И. Плугина. — М.: Изд-во 000 «ПКЦ Альтекс», 2008. — 418 с.
6. Слюсарев, Ю.В. Психологическое сопровождение как фактор активизации саморазвития личности: Автореф. дис.... канд. психол. наук: 19.00.01/Ю.В. Слюсарев; Санкт-Петербург. гос. ун-т. — СПб.: 1992. — 16 с.

Особенности взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях

Юдина Дарина Михайловна, студент

Научный руководитель: Великанова Александра Сергеевна, кандидат психологических наук, доцент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Статья рассматривает важность решения проблемы взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях для сохранения и укрепления семейных отношений.

Ключевые слова: семейная жизнь, конфликт, отношение, супруг, взаимодействие супругов.

Решение проблемы взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях имеет огромное практическое значение для сохранения и укрепления семейных отношений.

Качество взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях напрямую влияет на эмоциональное и физическое благополучие обоих партнеров. Негативное взаимодействие, сопровождающееся частыми конфликтами и неэффективным разрешением проблем, может привести к стрессу, тревожности, депрессии и даже физическим заболеваниям у одного или обоих супругов. В то же время, позитивное взаимодействие и конструктивное решение конфликтов способствуют укреплению семейных отношений, поддержанию эмоциональной связи и повышению общего уровня счастья и удовлетворенности отношениями.

Эффективное разрешение проблемы имеет важное значение для успешного сотрудничества и совместного решения общих задач и целей. Конфликты в семейных отношениях часто возникают из-за различий в ценностях, предпочтениях, потребностях и ожиданиях у супругов. Но именно через разрешение этих конфликтов супруги могут найти компромиссные решения, которые удовлетворят обоих партнеров и позволят достичь общих целей. В этом контексте, решение проблемы помогает супругам развивать навыки эффективной коммуникации, учитывать потребности и интересы друг друга, искать взаимо-

приемлемые решения и оставаться открытыми для компромиссов, способствует моделированию здоровых отношений для детей и других членов семьи.

Нерешенные и хронические конфликты между супругами могут привести к воздействию на психологическое и эмоциональное развитие детей, которые часто повторяют эти негативные модели в своих будущих отношениях. Решение проблемы и умение эффективно управлять конфликтами в семье создают здоровую семейную атмосферу, способствуют развитию доверия и навыков решения проблем у детей, а также формируют у них позитивное понимание здоровых и сбалансированных отношений.

Изучением проблемы супружеских конфликтов занимались такие ученые, как В.А. Сысенко, Ю.Е. Алешина, Е.П. Ильин, В.В. Юстицкий, Л.Я. Гозман, С.В. Ковалев, Т.В. Андреева, В. Сатир, Э.Г. Эйдемиллер, Н.В. Гришина и др. [2].

Согласно точке зрения Ковалева С.В., Сысенко В.А. «совместимость брачных партнеров достигается не всегда и обычно не сразу. Любой, даже самый частный аспект внутренней, глубинной несовместимости неизбежно проявится на поверхности в виде поведенческих конфликтов» [1, с. 110].

«Они чаще возникают из-за неудовлетворения потребностей супругов. Выделяют **основные причины супружеских конфликтов**: психосексуальная несовместимость супругов; неудовлетворение потребности в значимости

своего «Я», неуважение чувства достоинства со стороны партнера; неудовлетворение потребности в положительных эмоциях: отсутствие ласки, заботы, внимания и понимания; пристрастие одного из супругов к чрезмерному удовлетворению своих потребностей; неудовлетворение потребности во взаимопомощи и взаимопонимании по вопросам ведения домашнего хозяйства, воспитания детей, в отношении к родителям и т.д.; различия в потребностях по проведению досуга, увлечениях» [5, с. 307].

«Конфликтные взаимоотношения приводят к дезадаптации не только отношений между супругами, но и деформации их личности. Больше всего от таких взаимоотношений страдают дети, подрывается их психическое здоровье, нарушается вера в семью, в возможность оказания в семье поддержки и взаимопонимания» [3, с. 307].

«Любой конфликт отражает столкновение интересов, но не всякое столкновение позиций и противоборство мнений являются конфликтом. Несмотря на эмоциональный заряд дискуссии и спора, они могут не переходить в конфликт, если обе стороны, стремясь к поиску истины, рассматривают суть вопроса, а не выясняют, «кто есть кто» (Ильин Е.П., 2004). Конфликт в семье возникает в том случае, когда обе стороны стремятся овладеть одним и тем же объектом, занять одно и то же место или исключительное положение, играть несовместимые роли, достичь разнонаправленные цели (Мягер В.К., Мишина Т.М., 1976, 1979)» [4, с. 192-206].

Цель данной статьи — изучить особенности взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях.

Моя теоретическая позиция по данной теме заключается в следующем: взаимодействие супругов в кон-

фликтных ситуациях может быть сложным и напряженным, но с правильной коммуникацией, пониманием и уважением к друг другу, эти ситуации могут быть преодолены и даже улучшить отношения между супругами.

Взаимодействие супругов в конфликтных ситуациях может быть эффективным, если супруги умеют слушать друг друга, выражать свои чувства и потребности, а также находить компромиссы.

Одной из ключевых особенностей взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях является уважение друг к другу. Это включает в себя уважение к мнению, личностным границам и потребностям супруга.

Кроме того, понимание эмоций и эмоционального состояния партнера является также важным аспектом взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях.

Наконец, важно также уметь находить компромиссы и искать взаимовыгодные решения. В конфликтной ситуации, цель должна быть не в победе над партнером, а в поиске решения, которое будет отвечать обоим интересам и потребностям.

Гипотеза нашего исследования: существует связь между особенностями взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях и разным стажем семейной жизни.

В качестве инструментария использовался тест — опросник «Характер взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях» (авторы: Ю.Е. Алешина, Л.Я. Гозман), он позволяет определить наиболее конфликтогенные сферы супружеских взаимоотношений.

В исследовании участвовало 30 супружеских пар, разделенных на 2 группы: 15 пар — молодые супруги со стажем до 5 лет семейной жизни и 15 пар — супругов со стажем более 5 лет семейной жизни.

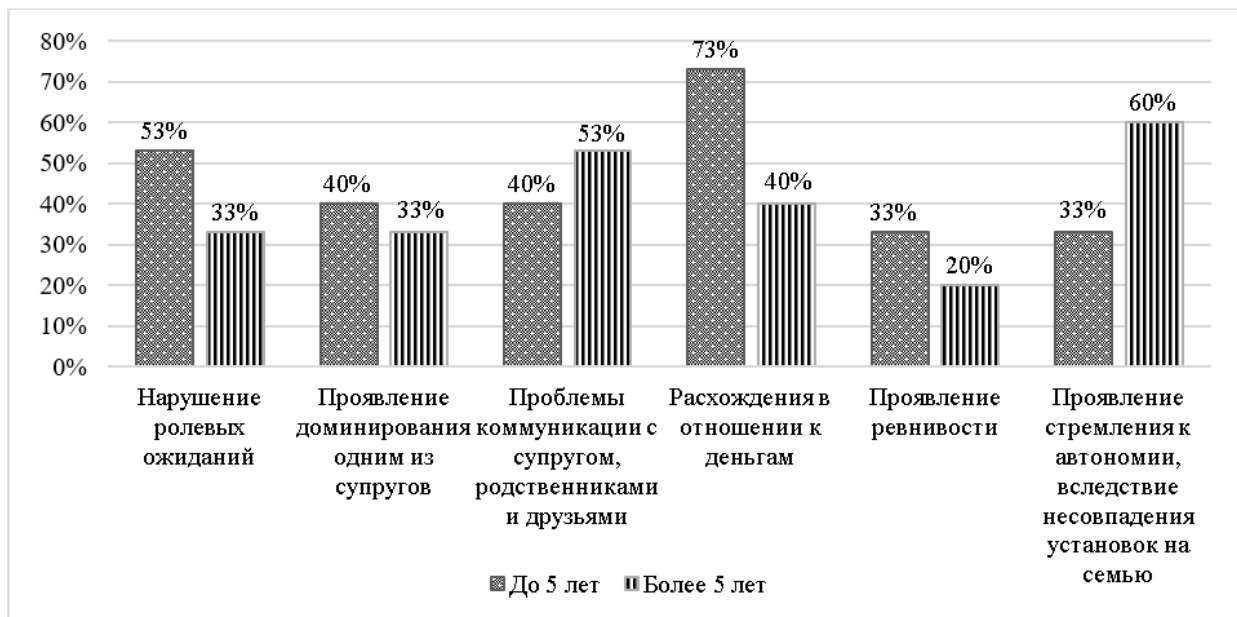


Рис. 1. Сравнение супругов с разным стажем брака по типам конфликтных ситуаций в семье, %

Мы выяснили, что проблемы в отношениях между супругами усиливаются с течением времени. Наибольшее количество семейных конфликтов, связанных с нарушением ролевых ожиданий, проявление доминирования одним из супругов, расхождения в отношении к деньгам, а также проявлением ревности, наблюдаются в семьях, состоящих в браке до 5 лет. С другой стороны, проблемы, связанные с коммуникацией с супругом, родственниками и друзьями и стремлением к автономии вследствие несоответствия установок на семью, более характерны для семей, состоящих в браке более 5 лет.

Исходя из предоставленных данных, можно сделать вывод, что разница в стаже семейной жизни может влиять на особенности взаимодействия супругов в конфликтных ситуациях. Взаимодействие супругов в конфликтных ситуациях может быть вызовом, но с правильным подходом и коммуникацией, они могут улучшить свои отношения и научиться лучше решать конфликты. Ключевыми факторами для успешного взаимодействия супругов в конфликтной ситуации являются уважение, слушание и понимание друг друга, а также готовность находить компромиссы.

Литература:

1. Андреева, Т. В. Семейная психология: Учеб. пособие./Т. В. Андреева — СПб.: Речь, 2004. — 244 с.
2. Андреева, Т. В., «Психология современной семьи»/Т. В. Андреева // Монография — СПб.: Речь. 2005. — 436 с.
3. Курилова, М. В. Психологические причины формирования конфликтных взаимоотношений в семье/М. В. Курилова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 21 (259). — с. 306-308. — URL: <https://moluch.ru/archive/259/59352/> (дата обращения: 24.11.2023).
4. Соколовская, И. Э. Особенности взаимодействия супругов в конфликтах на разных кризисных этапах развития семьи/И. Э. Соколовская, К. И. Стребкова// «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки» № 1 (52) 2021.
5. Сысенко, В. А. Супружеские конфликты/В. А. Сысенко. — М.: Мысль, 1989. — 155 с.

ПРОЧЕЕ

Товарные нефтепродукты как объект пожарно-технической экспертизы

Конькова Кристина Сергеевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы МЧС России

В статье анализируются проблемы проведения пожарно-технической экспертизы товарных нефтепродуктов в Российской Федерации. Обосновано значение проведения пожарно-технической экспертизы товарных нефтепродуктов. Охарактеризованы признакам применения товарных нефтепродуктов на месте (объекте) пожара.

Ключевые слова: пожар, пожарная безопасность, товарные нефтепродукты, пожарно-техническая экспертиза, обнаружение, признаки.

Товарные нефтепродукты — это продукты, получаемые из нефти в процессе ее переработки. Они используются в различных отраслях промышленности и быта, таких как транспорт, энергетика, химическая промышленность, сельское хозяйство и другие.

По мнению ученых Чешко И. Д. [7], Галишев М. А. [2], Шарапов С. В. [4] и Кривых Н. Н. [5], среди традиционных инициаторов горения наиболее часто применяются при поджогах моторные топлива (бензин, авиационный керосин, дизельное топливо), растворители и технические жидкости, являющиеся товарным нефтепродуктам (уайт-спирит, бензин «калоша», осветительный керосин), растворители не нефтяного ряда (различные номерные растворители, ацетон, спирт и пр.).

Большинство товарных нефтепродуктов имеет схожий качественный состав, поскольку основные составляющие — углеводороды (алифатические, алициклические, ароматические).

Использование нефтепродуктов как инициаторов горения находит широкое применение в различных отраслях экономики. Так, например, топливные масла используются в автомобильном транспорте и производстве электроэнергии, где они служат источником энергии для двигателей и генераторов. Газойли и керосины используются в авиации и судоходстве, где они являются основным топливом для двигателей [4].

С января по март 2022 г. в России произошло 31665 пожаров, погибли 2470 человек и получили травмы 2413 человек. Прямой материальный ущерб от пожаров составил 3104154 тыс. рублей [1].

Доля пожаров, установленной причиной которых являлся поджог, составила около 8% от общего числа возгораний. А прямой материальный ущерб составил 439206 тыс. рублей.

Целью пожарно-технической экспертизы является изучение технологических, технических, организационных и других причин и условий пожара, характера течения и его последствий, выявление материального ущерба, причиненного пожаром.

Пожарно-техническая экспертиза позволяет выявить причины и обстоятельства пожара, чтобы предотвратить подобные инциденты в будущем.

Значение проведения пожарно-технической экспертизы товарных нефтепродуктов заключается в том, что они могут быть причиной возникновения и распространения пожара. Нефтепродукты могут иметь определенную температуру вспышки, что может привести к возгоранию при нагревании или при попадании на горячую поверхность. Кроме того, нефтепродукты могут содержать легковоспламеняющиеся вещества, которые могут усилить пожар и привести к его быстрому распространению.

Исследование товарных нефтепродуктов позволяет определить их химический состав, температуру вспышки, легковоспламеняющиеся вещества и другие свойства, которые могут повлиять на возникновение и распространение пожара. Это позволяет эксперту более точно оценить состояние пожарной безопасности объекта и предложить меры по ее улучшению [8].

Таким образом, исследование товарных нефтепродуктов является важным этапом при проведении пожарно-технической экспертизы.

Большое значение для пожарно-технической экспертизы товарных нефтепродуктов имеет качество исследования внешних (визуальных) признаков наличия легковоспламеняющихся и горючих жидкостей, обнаруженных на месте пожара.

Анализ экспертной практики и данные информационных источников свидетельствуют о том, что при-



Рис. 1. Основные причины пожаров [1]

менение товарных нефтепродуктов на месте (объекте) пожара оставляет определенные, довольно специфические наружные (визуальные) признаки. Это обусловлено тем, что горение ЛВЖ и ГЖ, нерастворимых в воде (нефтепродукты), или горение водорастворимых веществ (спиртов) — гомогенное, диффузионное, в турбулентном режиме. Горючий пар, поступающий с поверхности товарных нефтепродуктов, смешивается до воспламенения с окружающей газовой средой по механизму конвективной и молекулярной диффузии. Максимальная температура пламени достигает 1200-1350 °С. Такова специфика горения товарных нефтепродуктов предопределяет образование определенных индивидуальных признаков термических повреждений на месте пожара в случае применения этих жидкостей в качестве инициаторов горения.

К внешним (визуальным) признакам применения товарных нефтепродуктов на месте (объекте) пожара принадлежат характерные пятна от выгоревших ЛВЖ и ГЖ, которые по форме соответствуют лужи разлитой жидкости и которые можно обнаружить на деревянных поверхностях, была незначительная температура.

Необходимо заметить, что для точного определения упомянутых внешних признаков применения товарных нефтепродуктов необходимо всесторонне анализировать их с учетом всех особенностей и условий, характерных для конкретного исследуемого пожара.

Неверное определение количества очагов возникновения горения автомобиля вследствие применения ЛВЖ и ГЖ в качестве инициатора горения [3].

Причина таких выводов заключается в том, что специфика стекания ЛВЖ и ГЖ в случаях залпового пролива их значительного количества может привести к образованию нескольких, на первый взгляд, пространственно

не связанных между собой зон разлива ЛВЖ и ГЖ и такого интенсивного горения в этих зонах.

Анализируя имеющуюся информацию относительно возможного применения товарных нефтепродуктов как инициатора горения на исследуемом пожаре, не следует игнорировать свидетельства очевидцев, которые также могут предоставить важную информацию о характерных признаках применения товарных нефтепродуктов на месте пожара [6].

Особенно важны показания пожарных, которые первыми прибыли на место пожара и тушили его, в которых они могут предоставить информацию о характерных признаках применения товарных нефтепродуктов на пожаре. Горение жиров и смазок-выделением газа, который имеет сильные раздражающие свойства.

Таким образом, можно утверждать, что для достоверного обоснования выводов о применении товарных нефтепродуктов в качестве инициатора горения на исследуемом пожаре недостаточно опираться исключительно на результаты предварительно проведенных экспертиз по наличию или отсутствию нефтепродуктов и горюче-смазочных материалов на объектах-носителях, изъятых с места (объекта) пожара.

Во время проведения экспертизы исследование обстоятельств возникновения и распространение пожаров и соблюдение требований пожарной безопасности необходимо определять и анализировать комплекс внешних (видимых) признаков применения ЛВЖ и ГЖ на месте (объекте) пожара.

Также выявление и анализ внешних (визуальных) признаков применения ЛВЖ и ГЖ возможно только при своевременном, полном, тактически и методично правильно построенном осмотре места пожара. Только в этом случае

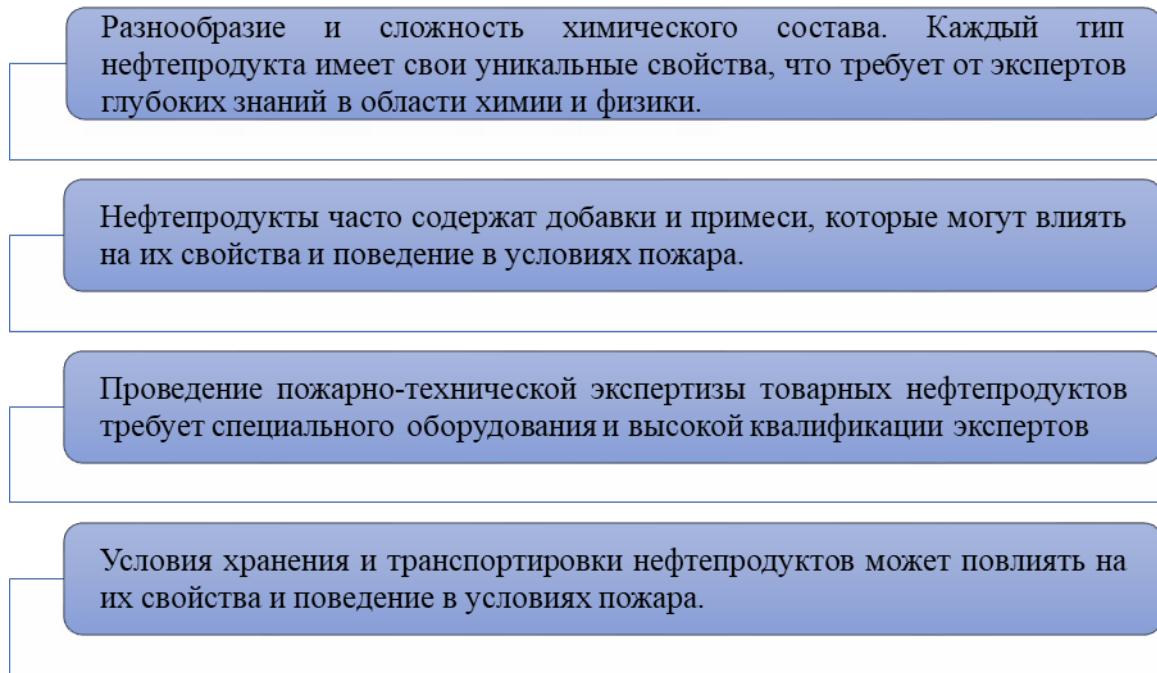


Рис. 2. Проблемы проведения пожарно-технической экспертизы товарных нефтепродуктов

эксперту предоставляется возможность должным образом обосновать такое важное обстоятельство возникновения и развития пожара, как применение ЛВЖ и ГЖ как инициатора горения.

Литература:

1. Анализ обстановки с пожарами и их последствиями на территории Российской Федерации за 2022 г./Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (МЧС России). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mchs.gov.ru/>
2. Галишев, М. А., Бельшина Ю. Н., Дементьев Ф. А. и др. Пожарно-техническая экспертиза: учебное пособие// Под общей ред. О.М. Латышева. — СПб.: Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, 2013. — 108 с.
3. Галишев, М. А., Моторыгин, Ю. Д. Пожарно-техническая экспертиза/М. А. Галишев, Ю. Д. Моторыгин, Ю. Н. Бельшина, [и др.] — СПб.: Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, 2014. — 325 с.
4. Галишев, М. А., Шарапов, С.В. Экспертная диагностика инородных горючих жидкостей — инициаторов горения в автотранспортных средствах и объектах городской среды/М. А. Галишев, С.В. Шарапов, С.В. Тарасов, О. А. Пак // Пожаровзрывобезопасность. — 2004. — Т. 13. — № 4. с. 17-24.
5. Кривых, Н.Н. Особенности использования специальных знаний для обнаружения и идентификации инициаторов горения: автореферат дис.... кандидата юридических наук: 12.00.09/Волгогр. акад. МВД России. — Липецк, 2005. — 24 с.
6. Крылов, А.И. Разработка и совершенствование методов идентификации и определения органических аналитов в пробах неизвестного состава: дис. ... д-ра хим. наук: 02.00.02/Крылов Анатолий Иванович. — СПб., 2012. — 309 с.
7. Чешко, И.Д., Плотников В.Г. Анализ экспертных версий возникновения пожара. В 2-х книгах. СПбФ ФГБУ ВНИИПО МЧС России, Кн. 2 — Санкт-Петербург: 2012. — 364 с.
8. Чешко, И.Д. Обнаружение и исследование зажигательных составов, применяемых при поджогах: методическое пособие. М.: ВНИИПО, 2012. — 90 с.

Совершенствование диагностики товарных нефтепродуктов спектральными методами в целях пожарно-технической экспертизы

Конькова Кристина Сергеевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы МЧС России

В статье анализируются оснащение ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области современными техническими средствами. Обосновано значение проведения диагностики товарных нефтепродуктов спектральными методами в целях пожарно-технической экспертизы. Охарактеризованы направления совершенствования методики диагностики товарных нефтепродуктов спектральными методами в целях пожарно-технической экспертизы.

Ключевые слова: товарные нефтепродукты, пожарно-техническая экспертиза, обнаружение, признаки, спектральные методы, спектрофлуориметр, спектрометр, диагностика, методика.

Вопрос применения современных спектральных методов анализа при исследовании товарных нефтепродуктов в целях пожарно-технической экспертизы хорошо разработан в отечественной и зарубежной литературе.

Оснащение и организация деятельности российских пожарно-испытательных лабораторий не уступает, а часто даже превосходит своих зарубежных коллег.

Так, Федеральное государственное бюджетное учреждение «Судебно-экспертное учреждение федеральной противопожарной службы «Испытательная пожарная лаборатория» по Калининградской области» (ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области) является пожарно-техническим учреждением Государственной противопожарной службы, осуществляющим деятельность по организации и производству судебных экспертиз, исследований, профессиональной подготовке и специализации экспертов, а также научно-техническую деятельность, направленную на получение и применение новых знаний, необходимых для достижения поставленных целей. ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области создано в целях обеспечения исполнения полномочий должностных лиц органов

государственного пожарного надзора федеральной противопожарной службы, а также повышения эффективности деятельности при расследовании преступлений и правонарушений, связанных с пожарами.

Очень часто специалистами ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области по назначению органами предварительного следствия по факту произошедших пожаров проводится пожарно-техническая экспертиза. Современные различные технические средства и методы, которыми располагает испытательная пожарная лаборатория, имеют возможность установить последовательность событий во время пожара, выявляя его очаг, причину, источник возгорания, какие зажигательные смеси при этом применялись [6].

В настоящее время на вооружении ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области, кроме прочего современного оборудования, находится инфракрасный Фурье-спектрометр ФСМ 1201 и спектрофлуориметр «Флюорат-02-ПАНОРАМА».

Спектрофлуориметр «Флюорат-02-Панорама» (рис. 1).

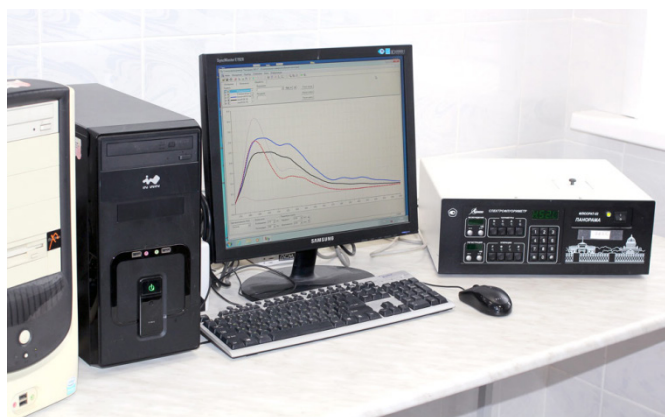


Рис. 1. Спектрофлуориметр «Флюорат-02-ПАНОРАМА»

Спектрофлуориметр «Флюорат-02-ПАНОРАМА» — это прибор, который используется для измерения флуоресценции различных веществ, легковоспламеняющихся и горючих жидкостей. Он основан на принципе возбуж-

дения атомов и молекул светом, после чего они испускают свет с другой длиной волны. Этот свет затем регистрируется спектрофотометром и используется для анализа веществ.

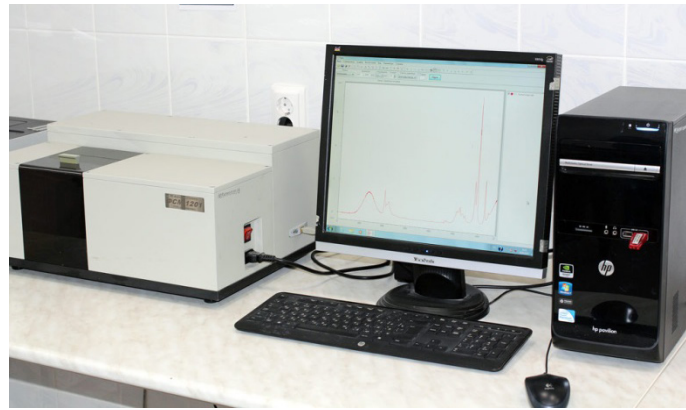


Рис. 2. ИК Фурье-спектрометр ФСМ 1201

ИК Фурье-спектрометр ФСМ 1201 — это прибор, который используется для анализа инфракрасного (ИК) спектра различных веществ. Он основан на принципе интерференции света и позволяет измерять изменения в интенсивности света в зависимости от длины волны.

Объектами ПТЭ на базе ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области выступают материальные носители криминалистически значимой информации. Их можно классифицировать по разным основаниям.

По физической слитности объекты ПТЭ подразделяют на единичные (отдельные тела) и множественные (совокупности тел). В свою очередь среди единичных объектов выделяют простые (монокристаллы, расчленение которых сопровождается нарушением его физической целостности, например, расческа) и сложные (состоят из частей, которые разъединяются и заменяются, например, авторучка, пистолет, автомобиль и тому подобное). Множественный объект — это совокупность предметов, не находящихся в состоянии физической слитности, объединенные общим целевым назначением, а также образуются случайно, каждый из которых является носителем криминалистически значимой информации. В первом

случае это костюм, сервис, во втором — совокупность предметов одежды конкретного лица, смесь гвоздей, шурупов, винтов, которые хранятся в одном месте.

Метод флуоресцентной спектроскопии является одним из наиболее точных и чувствительных методов диагностики нефтепродуктов. Он основан на измерении интенсивности света, испускаемого нефтепродуктом при облучении его ультрафиолетовым светом.

Особенности отбора проб и образцов:

— Пробы нефтепродуктов должны быть предварительно очищены от примесей и загрязнений, которые могут повлиять на результаты анализа.

— Образцы должны быть представлены в виде жидких растворов или эмульсий.

— Для получения наиболее точных результатов необходимо использовать стандартные образцы, которые содержат известное количество компонентов.

При проведении пожарно-технической экспертизы для обнаружения остатков инициаторов горения, изымаемых с места пожара, в практике ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Калининградской области очень часто применяется Спектрофлуориметр «Флюорат-02-Панорама».

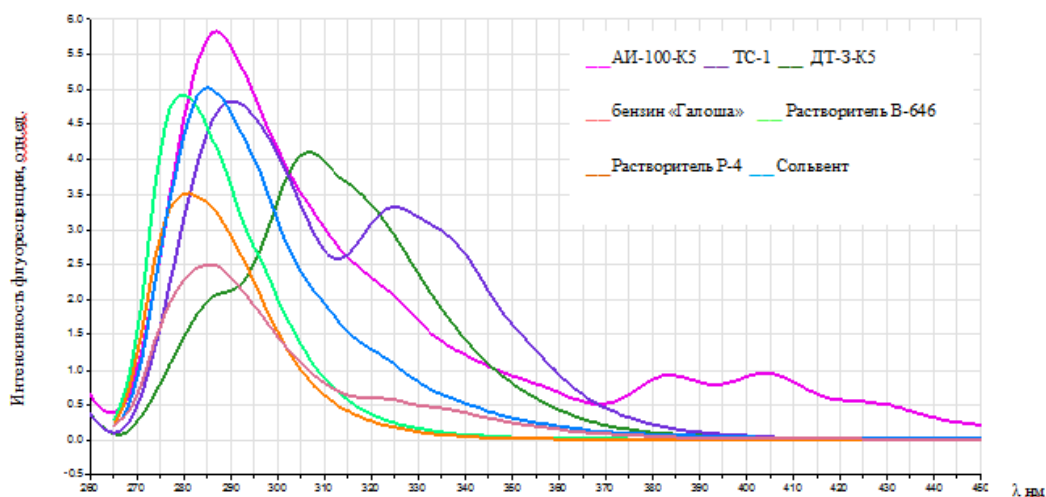


Рис. 3. Сравнение спектров флуоресценции различных нефтепродуктов и растворителей нефтяной природы

Из сравнения спектров флуоресценции различных нефтепродуктов и растворителей нефтяной природы видно, что наличие максимумов и их положения отличаются, при этом наблюдается схожесть в образцах, а именно, наличие моноароматических углеводородов в области 270-300 нм.

Таким образом, методом флуоресцентной спектроскопии возможна дифференциация остатков низко и высокооктановых товарных нефтепродуктов по спектрам люминесценции. К сожалению, большинство спектров имеют одинаковые области максимумов и различаются только по интенсивности, что ограничивает идентификацию частично выгоревших товарных нефтепродуктов. В связи с этим целесообразно составлять базы спектров флуоресценции нефтепродуктов в зависимости от степени их выгорания и по производителю. В целом можно констатировать, что низкая интенсивность флуоресценции экстрактивных компонентов основных объектов-носителей, простота аппаратного оформления и экспрессность метода позволяет эффективно его использовать в обнаружении остатков товарных нефтепродуктов.

ИК-спектроскопия является одним из наиболее распространенных методов для диагностики нефтепро-

дуктов. Она основана на измерении поглощения инфракрасного излучения образцом и сравнении полученного спектра с базовыми спектрами стандартных образцов.

Особенности проведения анализа заключаются в том, что для получения точных результатов необходимо проводить калибровку оборудования и использовать стандартные образцы. Также важно учитывать, что ИК-спектроскопия может быть чувствительна к изменениям температуры и влажности окружающей среды.

Как указывают Шубин А. А., Лагунов А. Н., Богданов А. А. и Гапоненко А. А., «рассмотрение ИК-спектра вещества, на предмет его идентификации и структурного анализа, проводится путем сопоставления с библиотечными спектрами и/или сравнения со справочными данными, широко представленными в литературе» [8]. Кроме этого возникает сложность рассмотрения схожих по природе веществ. Для примера на рисунке 4 представлено сопоставления ИК-спектров нескольких типов распространенных товарных нефтепродуктов, в частности: АИ-100-К5, ТС-1, ДТ-3-К5, бензин «Галоша», растворитель В-646, растворитель Р-4 и сольвент.

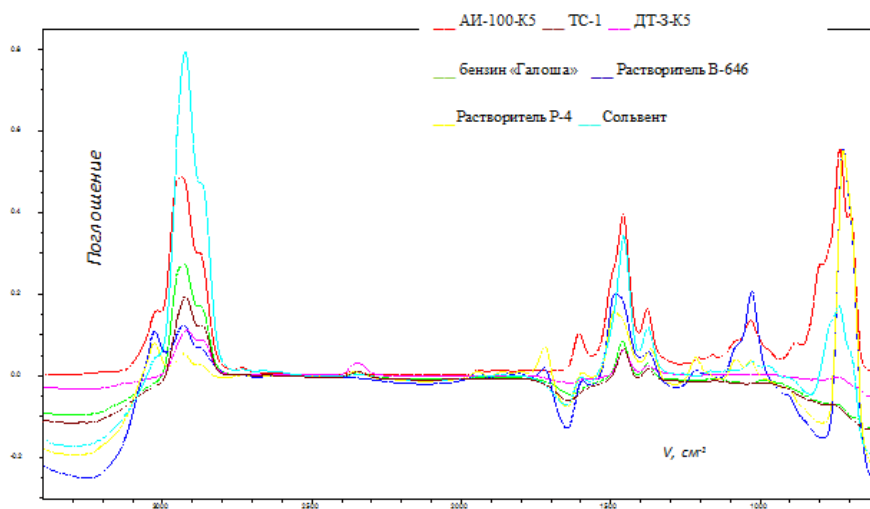


Рис. 4. Сопоставление ИК-спектров поглощения некоторых типов топлив

Можно наблюдать перераспределение интенсивности разных полос поглощения — это зависит от разных марок бензина. В отдельных случаях можно отметить проявление новых полос. Обнаружение данных особенностей и отнесение их к тому или иному образцу помогает создавать систему идентификации веществ [8].

В целом, современные спектральные методы анализа являются важным инструментом для проведения качественного анализа химических веществ. Их применение в пожарно-технической экспертизе позволяет быстро и точно определить инициаторы горения нефтепродуктов, что является важным элементом при расследовании пожаров.

В рамках совершенствования проведения диагностики товарных нефтепродуктов спектральными мето-

дами в целях пожарно-технической экспертизы предлагается внедрение в практику ИПЛ методики диагностики товарных нефтепродуктов с применением спектрометра с индуктивно-связанной плазмой серии iCAP 7000 фирмы Thermo SCIENTIFIC и многократного отбора проб предназначена для проведения пожарно-технической экспертизы и обеспечивает возможность повышения достоверности установления причин пожаров при расследовании умышленных поджогов. В данном направлении будем опираться на методику диагностики нефтепродуктов для расследования пожаров Н. Р. Казаковой [4].

В целях оптимизации исследования товарных нефтепродуктов с применением спектральных методов анализа предлагается дооснастить ФГБОУ СЭУ ФПС ИПЛ по Ка-

лининградской области атомно-эмиссионным спектрометром с индуктивно-связанной плазмой серии iCAP 7000 фирмы Thermo SCIENTIFIC.

Оптическая эмиссионная спектрометрия с индуктивно-связанной плазмой (ICP-OES, ИСП-ОЭС, ИСП-АЭС) — метод анализа, который используется для определения элементного состава нефтепродуктов и других матери-

алов. Этот метод основан на измерении спектральной интенсивности излучения, которое возникает при возбуждении образца плазмой высокой температуры. ICP-OES позволяет определять содержание многих элементов одновременно, что делает его очень эффективным для анализа нефтепродуктов и других материалов, связанных с пожарами.



Рис. 5. Атомно-эмиссионный спектрометр с индуктивно-связанной плазмой серии iCAP 7000 фирмы Thermo SCIENTIFIC

Сценарий реализации предлагаемой методики диагностики товарных нефтепродуктов (ТНП) для установления

причин пожаров предусматривает выполнение ряда основных этапов.

Этап 1.

- Прибытие на место пожара. Обнаружение, определение границ и анализ особенностей очага (очагов) пожара.

Этап 2.

- Выбор вида пробоотборника исходя из характеристик среды, в которой находятся товарные нефтепродукты. Определение точек отбора проб.

Этап 3.

- Многократный отбор проб среды-носителя товарных нефтепродуктов на месте пожара (пробоотбор).

Этап 4.

- Пробоподготовка образцов среды, полученных на месте пожара.

Этап 5.

- Элементный и количественный анализ проб производится на основе реализации метода ИСП-ОЭС.

Этап 6.

- Корректировка значений количественных содержаний металлов в пробах среды-носителя ТНП с учетом наличия в них «фоновых концентраций».

Этап 7.

- Решение задачи идентификации ТНП в автоматизированном режиме с использованием компьютерной программы.

Этап 8.

- Получение данных о виде, марке и заводе-изготовителе ТНП.

Рис. 6. Методика диагностики товарных нефтепродуктов с применением спектрометра с индуктивно-связанной плазмой

Как показал анализ, проведенный Н.Р. Казаковой и А.К. Черных, математическая зависимость указанной вероятности от количества проб (априори рассматриваемых в качестве некоторого множества альтернатив), является возрастающей и нелинейной [5].

В настоящее время при проведении пожарно-технической экспертизы с целью установления причины пожара производится пробоотбор образца среды-носителя

жидкости, примененной в качестве инициатора горения на месте пожара (в очаге пожара). Применение эффективного метода многократного пробоотбора образцов среды-носителя светлого нефтепродукта (почва, вода, воздух) целесообразно для совершенствования существующих методик пожарно-технической и судебно-экологической экспертиз, в результате проведения которых выдаются соответствующие заключения.

Литература:

1. Дементьев, Ф. А., Красильников, А.В. К вопросу о новой методике исследования инициаторов горения при поджогах автомобилей/Ф. А. Дементьев, А.В. Красильников. // Транспорт России: Проблемы и перспективы — 2015. Материалы Юбилейной Международной научно-практической конференции. — СПб.: Изд-во Институт проблем транспорта им. Н.С. Соломенко РАН — 2015. — с. 159-162.
2. ИК Фурье-спектрометры ФСМ. АО «Спектроскопические системы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.spectrosystems.ru/>
3. Исследование спектральных и хроматографических данных нативных и выгоревших нефтепродуктов, распространяющихся на территории Ивановской области/В. А. Ненаездникова, А. А. Воронцова, Н. А. Таратанов // Пожарная и аварийная безопасность: сборник материалов XI Международной научно-практической конференции, посвященной Году пожарной охраны. Иваново, 2016. с. 119-124.
4. Казакова, Н. Р. Методика диагностики светлых нефтепродуктов для расследования пожаров при эксплуатации автотранспортных средств: автореферат дис.... кандидата технических наук: 05.26.03/Казакова Надежда Рашидовна; [Место защиты: С.-Петербург. гос. ун-т ГПС МЧС России]. — Санкт-Петербург, 2016. — 23 с.
5. Казакова, Н. Р., Черных А. К. Метод технической реализации пробоотбора среды-носителя светлого нефтепродукта месте пожара // Вестник РУДН. Серия: Экология и безопасность жизнедеятельности. 2016. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 04.12.2023).
6. Федеральное государственное бюджетное учреждение «Судебно-экспертное учреждение федеральной противопожарной службы «Испытательная пожарная лаборатория» по Калининградской области». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://iplkld.ru/> (дата обращения: 04.12.2023).
7. Чешко, И. Д., Плотников, В. Г. Анализ экспертных версий возникновения пожара: в 2 кн./И. Д. Чешко, В. Г. Плотников. Книга 1. — СПб.: СПб ФГБУ ВНИИПО МЧС России, 2010. — 708 с.
8. Шубин, А. А. Методы газовой хроматографии и ИК-спектроскопии как инструменты пожарно-технической экспертизы/Шубин А. А., Лагунов А. Н., Богданов А. А., А. А. Гапоненко А. А. // Научно-аналитический журнал «Сибирский пожарно-спасательный вестник», 2017, № 3.-С. 22-27.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 49 (496) / 2023

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 20.12.2023. Дата выхода в свет: 27.12.2023.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.